

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)
Інститут економіки ім. Паата Гугушвілі
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)
Вища Лінгвістична Школа (м. Ченстохова, Польща)
Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень
(м. Дніпро, Україна)
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)
Мерія м. Громадка (Польща)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2019:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 18–19 квітня 2019 р.)

У восьми томах

Том 2. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні
та європейському просторі

Дніпро
Видавець Біла К. О.
2019

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету
(протокол № 7 від 25.03.2019)*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМПІТЕТ

Поляков М. В. – д-р фіз.-мат. наук, проф., член-кореспондент НАН України, ректор Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, *голова оргкомітету*;

Гринько Т. В. – д-р екон. наук, проф., Заслужений діяч науки та техніки України, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Грабчук О. М. – д-р екон. наук, доц., зав. кафедри фінансів Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Іванов Р. В. – канд. фіз.-мат. наук, доц., зав. кафедри економічної кібернетики Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Коваленко О. В. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки підприємств Запорізької державної інженерної академії;

Абесадзе Р. Б. – д-р екон. наук, проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

Раманаускас Юліус – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

Томаш Кук – віце-президент Вищої Лінгвістичної Школи;

Шевцов А. І. – д-р техн. наук, професор, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень у місті Дніпро;

Сердžo Велеско – д-р екон. наук, професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у місті Міттвайда;

Дімітров Іван – д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки та управління університету професора доктора Асена Златарова;

Даріуш Павліцій – мер міста Громадка (Польща);

Величко Л. А. – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Гвініашвілі Т. З. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Олійник Т. І. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 квіт. 2019 р. : у 8 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019.

ISBN 978-617-645-326-0

Т. 2. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні та європейському просторі. – 2019. – 116 с.

ISBN 978-617-645-328-4

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 18–19 квітня 2019 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-326-9
ISBN 978-617-645-328-4 (Т. 2)

© Авторський колектив, 2019

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ

Kozlinskiy A. V., Kurennaya I. G.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)

PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE

Today in Ukraine despite the stimulation of entrepreneurial activity in the country there is no significant improvement in the qualitative and quantitative characteristics of the development of entrepreneurship.

The development of small business at the regional and local levels is hampered by the following systemic problems [3]:

- financing of regional programs for the support and development of small business is not guaranteed and irregular;
- imperfect control over the use of funds allocated to small enterprises;
- there is no interaction between large and small businesses at the regional level;
- due to the general economic and political situation in the country, the development and location of small business is very uneven, and in depressed regions the pace of small business development is insignificant.

In Ukraine, there are also no clearly defined directions of state support for small businesses at the regional level.

Therefore to support and determine the main prospects for the development of small entrepreneurship at the regional and local levels it is necessary to:

- bring the existing regulatory acts of local state administrations and local governments in line with the principles of state regulatory policy, develop a mechanism for partial reimbursement from local budgets of interest rates on loans attracted by small and medium-sized businesses for investment projects; form regional databases on investment proposals of small enterprises, which means to contribute to the formation of a favorable business climate [2];

- in order to create new jobs, reduce unemployment and stimulate the development of entrepreneurship, regional authorities need to provide one-time financial assistance to start their own business, «During retraining and improving the skills of the unemployed, special attention should be paid to the professions, which are not

only in demand in the labor market, but also give the opportunity to start their own business» [4];

- in rural areas, it is necessary to develop mechanisms for the provision of material assistance to small enterprises producing environmentally friendly agricultural products engaged in its processing and export, to promote the reorientation of the released labor force to new types of activities in agriculture and in the development of «green tourism», «To promote the attraction of the unemployed, registered in cities, to employment in newly created jobs in rural areas» [4];

- to encourage the holding of regional competitions (tenders) for the purchase of goods and services by small enterprises at the expense of state and local budgets, as well as the participation of entrepreneurs in the implementation of regional orders [2];

- to stimulate the introduction of innovative and energy-saving technologies in the regions by co-financing projects in the scientific, technical and innovation spheres implemented by small enterprises, to organize the implementation of quarterly monitoring of the availability of space for industrial and non-production premises that are in communal ownership [1];

- to form the database in the regions, which is accumulating and organizing information by the norms of the current legislation of Ukraine, information and analytical materials of the development of entrepreneurship in the region, price situation, regulatory policy, existing banking institutions and credit unions with a list of their services in the area of lending to small businesses [3].

References:

1. Bilik M. D. Budgetary planning of the system of the financial plan / Md Bilik // *Finnish Ukraine*. – 2014. – № 3. – P. 97–109.
2. Bilik M.D. Sutnist i etsinka finansovogo stanov podpriemstv / M.D. Bilik // *Finansi Ukrainy*. – 2012. – № 3. – P. 117–128.
3. Dem'yanenko I. V. Finansovaya inkist pidpriemstv that ii budget and legal regulation. // *Фінанси України*. – 2014. – №5. – P. 92–100
4. Kovalska K. V. Finansovaya article of aktivnogo pidpriemstva yak mind yogo goikonomichnogo rozvitku // *Фінанси України*. – 2013. – №2.

Kuroian A., Kurinna I.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)

**DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE AND
EUROPEAN SPACE**

The development of entrepreneurship in Ukraine is in the following circumstances: a difficult political situation, hostilities in the east of country, decentralization reform, depreciation of the monetary unit, constant changes in economic conditions with the European Union, loss of sales channels with Russian Federation. Therefore, the economy of the country is not the best times, but this should force us for the development of entrepreneurship in the country. In each country, business entities are the main elements of the further mechanism of market organization, implementation of human capabilities. The development of entrepreneurship leads to the expansion of the middle class of society and the improvement of the quality of life of the population. The leading countries of the world have formed a post-industrial society, using innovations, while domestic entrepreneurship, especially industry, is based on traditional technologies that are inherent in the initial stage of industrialization. One of the conditions for the dynamic development for any country is the development of a favorable investment climate. Such a climate increases the activity of investors within the country, stimulates the inflow of capital, the number of new enterprises and jobs in the economy, affects the growth of the number of small and medium enterprises. The small and middle classes sector is characterized by a high level of dynamism, flexibility, innovative activity, the ability to quickly create new productions and new jobs. Today, the economies of developed countries are based on small and medium businesses. In the EU, on average, they account for 63–67% of GDP. Small businesses employ a significant number of able-bodied population: 72% on average in EU countries. Denmark is the absolute record holder in the Europe, where it reaches 80 percent. In Ukraine in 2015 the share of small business in GDP was only 15%. According to Statistics in Ukraine in 2016, 14.9 thousand medium-sized enterprises and 291.12 thousand small enterprises were registered in Ukraine. At the same time, in 2016 there was a negative tendency to stop the activity of small enterprises. Thus, compared with the previous 2015, their number decreased by 36,696 in 2016. By comparison, in 2015, there were 1 million 905 thousand small enterprises registered in Poland, that is, those employing up to 9 people. Small entrepreneurship in Europe stimulates the development of competition, which forces large companies to introduce new technologies and increase production efficiency. The effectiveness of the entire

EU economy depends directly on the successful functioning of small and medium businesses. Therefore, within the framework of the European Union, a policy of support of small business is implemented, the main purpose of which is to balance the interests of the state and business, to ensure optimal conditions for business activity. To stimulate the development of small businesses in the EU, new legal models have been developed (European Joint-Stock Company, European Pool of Economic Interests), which allow small businesses from different countries to enter into business relations to effectively solve problems of divergences in the legal systems of different countries. The financing of small business support activities is carried out from the structural funds of the European Union, such as the Regional Development Fund, the Social Fund. Before the crisis, small business in Europe adapted most effectively, having the opportunity to maneuver in the market. Small businesses quickly began to occupy a niche, uninteresting large enterprises, which to some extent helps European countries overcome stagnant phenomena in the economic sphere. Thus, those sectors of the economy, which predominate subjects of small and medium enterprises, show themselves the most resistant to crisis phenomena. The experience of developed countries shows that a significant proportion of their GDP is in small and medium businesses. Flexibility of small enterprises, the ability to adapt to the changing situation, rapid turnover of funds, a small amount of management apparatus, and open access to entry into the business should stimulate the emergence of new competitive enterprises. Small business differs by management methods – simplicity, flexibility of decision-making, lack of bureaucracy, in some cases, the combination of management and ownership functions. A very important role is played by the human factor. Implementation of technical and business ideas, a common cause, motive profits attract people, allowing you to achieve high performance indicators.

References:

1. Economic Code of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: www.zakon.rada.gov.ua.
2. Activities of business entities of Ukraine. Statistical Compilation [Electronic Resource]. – Resource Access Mode: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm
3. Diba M. I. General basics of market functioning and business regulation. / M. I. Diba, A. P. Samoilenko // Scientific notes: Science. save – K.: KNEU, 2003.
4. Official website of Doing Business [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.doingbusiness.org>
5. Anatskaya I. Yu.. Current Situation and Problems of Small Business Development in Ukraine / I.Yu. Anatskaya [Electronic resource]. – Access mode: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_44_60

Novikova D. S., Stasiuk Yu. M.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

PROBLEMS OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

Nowadays, in the context of the transformation of the Ukrainian economy, the problem of the formation of market institutions, the main goal of which is the development of entrepreneurship, plays an important role. The formation and development of various forms of small business is a strategic problem of economic policy in terms of modernization of the economy. Small business in a market economy is a leading factor, the pace of economic and social development of Ukraine is determined on its basis, also as the structure and quality of the gross national product, the level of democratization of society.

Its development is an effective means of mitigating social tension and weakening of inequality in the status of property in society. The development of small entrepreneurship is uneven and chaotic, carried out in an unfavorable macro and micro environment. There are also many problems that are needed to be addressed at different levels of management, depending on the state of the enterprise development. Small business can't fully fulfill the functions assigned to it by society.

In Ukraine, small business does not yet play a significant role in ensuring economic growth, its contribution to gross domestic product is only 15 %. Indicators characterizing the tendencies of small business development in Ukraine are given in Table 1.

Table 1. Dynamics of Small Business Development in Ukraine [2]

Indicator	Value over the years									
	2013		2014		2015		2016		2017	
	SB*	SB(IE)*	SB	SB(IE)	SB	SB(IE)	SB	SB(IE)	SB	SB(IE)
Financial results, mln.UAH	-25057,9	-25038,3	-175262,4	-100967	-111906,0	-57964,7	-24151,4	-34639,9	-10724,8	-25294,7
Percentage of beneficiaries,%	66,0	66,1	66,5	66,9	73,9	73,6	73,3	72,3	72,7	71,8
Number of entities, units:	373809	1328392	324598	1590448	327814	1630571	291154	1553041	322920	1458980
Number of employees employed, thousand people:	2010,7	2280,5	1686,9	2428,3	1576,4	2262,3	1591,7	2172	1658,9	2160,2
Volume of sales of goods (goods and services), mln.UAH	670258,5	263459,2	705000,5	276299,6	937112,8	381861,3	1177385,2	449762,4	1482000,7	554372,4
Percentage to the total volume of sold products (goods and services):	16,6	5,3	16,9	5,5	18,2	6	18,9	5,8	19,2	6,5

*SB – small business; **SB (IE) – small business (individual entrepreneur)

As we see, in 2017, the percentage of entities, who making profit, the number of small and micro enterprises and the number of employed employees in them

increased compared with the previous year. But, all of other indexes on the contrary decreased in 2017. The negative financial result reflects the presence of problems in this sector of the economy, the general negative tendency and economic instability of the country.

The main problems of small business development should include [1]:

– The general state of the economy of Ukraine. Entrepreneurship functions as one of the elements of a real economic system, which therefore responds to all positive and negative changes in the economy.

– Monopolization of business. For the normal development of a small business it is necessary to reduce the scale of monopolization of the great. Today in Ukraine large enterprises simply crowd out the small business.

– Low competition in domestic markets. In many areas, there is a high concentration of large enterprises, and the rates of entry into the market of new firms remain low. So for the new players in the market for goods and services it is difficult to change their positions, and generally to survive.

– Problems of financial providing. Lack of sufficient start-up capital, own financial resources, raw materials, premises, equipment, low investment activity, problems with access to loans, etc.

– Imperfection of the tax system. Inefficient taxation is considered to be a major impediment to the development of the small business sector. With the modern tax system, the state has created favorable conditions for the transition of enterprises from the shadow sector of the economy. But because of the high deductions to a single social contribution, many small businesses conduct double accounting. Most companies hide their income in order to pay less tax.

– High levels of corruption, instability of business conditions, bureaucracy, raiding. Unfortunately, Ukraine belongs to the countries where entrepreneurship is a high-risk business with large informal expenses. Now there is a situation of disrespect for laws, tax evasion, and the strengthening of personal informal ties generated by corruption and bribery. Corruption refers to the main informal factors that hamper the development of entrepreneurial activity in Ukraine.

– Lack of qualified personnel, lack of practical skills in business management, imperfection of the system of training, retraining and professional development of personnel for entrepreneurship [3].

Solving these problems of small business development in Ukraine should become one of the key areas of state policy, since small business will significantly increase the efficiency of domestic economic potential, optimize Ukraine's participation

in the international division of labor, and strengthen the competitiveness of the national economy.

References:

1. Дикань О.В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / О.В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017.– №57.– С. 58-66.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Bogodistov Y. Gendering dynamic capabilities in micro firms / Y. Bogodistov, A. Presse, O.P. Krupskiy, S. Sardak // RAE Revista de Administracao de Empresas. – 2017. – 57 (3). – P. 273 – 282. DOI: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902017000300273&lng=en&tlng=en

Subota V. V.

Oles Honchar Dnipro National University (Ukraine)

ETHICAL PROBLEMS OF MODERN ECONOMICS AND WAYS TO ELIMINATE THEIR SOLUTIONS

Ethical business is honesty, decency, respect for partners, observance of the given word, ability to function effectively in the market in accordance with the current legislation, established rules and traditions.

On the way to understanding, and even more so, the observance of ethical principles by Ukrainian businessmen, there are various barriers:

Internal: skepticism about ethics in business; transfer responsibility to others; uncertainty in its moral sequence; moral distraction; fear of becoming uncompetitive; excessive self-esteem.

External: laws, public opinion; bribery of officials; unscrupulous business partners; application of force methods in relations with partners; optional in business communications.

The success of the country depends on 80% of the management. Indeed, management plays a huge role in the development of countries, solving the problems facing the economy, the success of economic actors. However, management itself is based on a system of principles and values that are a fundamental part of the management process.

The links between economics, governance and ethics can be traced in many respects. For example, the higher the level of trust of the companies on the part of its partners, the less the cost goes to control the agreements between them, reduce transaction costs, reduces the time of negotiation. Such concepts as trust, reputation, responsibility become important in this key.

Experience has shown that ethical behavior, not supported by incentives (benefits or benefits), is never stable. It is the terms of the activity that determines the behavior of people by asking the incentives for their actions and actions.

There is a basic feature of the concept of Homan, which is to develop and put forward the principle of competition, which is crucial for all of its ethical theory. First of all, morality, in his opinion, should not hinder the development of the economy. The validity of this provision is beyond doubt. Society must remember that excessive moralisation not only revenues the defeat in a competitive struggle, but can also become a serious obstacle to the development of entrepreneurial activity, reducing the barriers to the natural aspiration of people to benefits. This will not only help make the economy more «moral», but also ensure its effectiveness.

At the mega-city there are problems of relations between companies from different countries. A major challenge for transnational corporations is their adaptation in different countries.

At the macroeconomic level, there is a problem of relations between companies that are guided by different principles in their economic activity: some companies seek to get quick profit at all costs, and some focus on long-term development and value their reputation. At this level, there are problems of interaction: state and corporations, corporations and society as a whole, allowable competition between companies, etc.

In modern conditions, as already noted earlier, common values can't be integrated by society, the distinctive feature of which is an increasingly large process of individualization. Therefore, a new system of social control is needed, without which morality can't be strong.

Ethical norms of conduct of a firm or corporation must be respected in relations with the state, society, buyers, suppliers, competitors, their own employees. All this constitutes the concept of corporate ethics.

In the business ethics, the social features of the ideally «ethical» corporation and they are determined by a number of criteria.

First of all, the corporation is evaluated as a civilian. Based on this criterion, the corporation must: take care of compliance with laws, even if it is possible to circumvent the law and obtain more profit; promote law-making; act abroad with respect to the laws of the country, not contradicting the interests of their own state; to focus on the production of safe goods sold at affordable prices.

The second place is the assessment of the corporation as an employer. Here, the main requirements for the behavior of the corporation are: caring for the safety of

products; caring for a good emotional state of workers; preventing discrimination in the interests of others.

In defining their social mission and the basic goals, modern corporations and companies seek to put in the foreground not profit, and not even professionalism, but above all service to society. The Japanese say – «if you want to do business, think first of the interests of your state and its citizens».

The degree of partner compliance with ethical standards plays a significant role in business. Integrated mechanisms for solving ethical problems are: continuation of dialogue between world economies, distribution of corporate governance, introduction of ethical codes in practice. Companies should strive to develop their own ethical programs.

To conclude, it can be said that without honesty and decency in the system of relations between firms, banks and individuals, effective and long-lasting entrepreneurial activity is impossible. Without complying with the business protocol and ethical standards of business, which in many cases is based on informal agreements, informal contacts, trust of partners to each other, is ineffective. Therefore, in its activities, the entrepreneur must necessarily be guided by established norms of conduct.

References:

1. Pepper D. Modern Environmentalism. An introduction. – London, New York: Routledge, 1996. – 376 p.
2. Atkinson A. B. (2001). The Strange Disappearance of Welfare Economics // *Kyklos*. – Vol. 54, No 2/3. – P. 193–206.
3. Морально-этические проблемы человечества в перспективе перехода к устойчивому развитию [Electronic resource]. – Access mode: http://e-notabene.ru/pr/article_10244.html

К. ю. н., д. п. н. Алексеенко І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАУКОВИХ ПАРКІВ ЯК СУБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Одними з основних суб'єктів інноваційної діяльності в Україні є як технологічні, так і наукові парки, засновниками яких виступають ЗВО. Правда, найчастіше наукові парки кваліфікуються як суб'єкти інноваційної інфраструктури, що пов'язано зі спрямуванням їх діяльності на створення умов для реалізації проектів з впровадження нових розробок іншим суб'єктам

господарювання і суб'єктам наукової діяльності. В Україні особливість їх правового статусу пов'язана з одночасним здійсненням й інноваційної діяльності, й діяльності щодо сприяння і забезпечення реалізації інноваційних проектів, що зумовлює їх кваліфікацію як суб'єктів інноваційної діяльності та суб'єктів інноваційної інфраструктури одночасно [1].

Методологічною основою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних фахівців у сфері інноваційної діяльності та трансферу технологій. Дослідженнями теоретичних засад розвитку та становлення суб'єктів інноваційної діяльності та суб'єктів інноваційної інфраструктури, основних чинників, що забезпечують ефективну роботу наукових парків та їх економічний механізм функціонування, світового досвіду займалися такі науковці, як Ю. Атаманова, В. Байнев, М. Василенко, А. Зеліско, А. Лінк, А. Митник, В. Саевич, О. Хименко та ін.

Особливо бажалось звернути увагу на те, що законодавець надав науковому парку значні переваги. Так, науковий парк має право відкривати рахунки в національній та іноземній валютах у банківських та інших фінансових установах. Звернення наукових парків щодо державного замовлення на поставку продукції, виконання робіт і надання послуг для забезпечення пріоритетних державних потреб розглядається у пріоритетному порядку (ч.1 ст 18 Закону «Про наукові парки»). У разі реалізації проекту наукового парку, який потребує державної підтримки і у зв'язку з цим зареєстрований МОН України наукове, лабораторне і дослідницьке обладнання, а також комплектуючі та матеріали, передбачені проектом наукового парку, що ввозяться науковим парком та партнерами наукового парку для його виконання, звільняються від сплати ввізного мита у порядку, встановленому Митним кодексом України. (ч.1 ст 19 Закону «Про наукові парки») [2] та ін. Також, чинне законодавство визначає особливості правового статусу ЗВО, як засновника наукового парку: ЗВО може бути засновником лише одного наукового парку; ЗВО бере участь у формуванні статутного капіталу наукового парку шляхом внесення до нього нематеріальних активів (майнових прав на об'єкти інтелектуальної власності) у порядку, встановленому законодавством України. Також ЗВО має право бути орендодавцем приміщень та обладнання для наукового парку та його партнерів на строк реалізації проектів наукового парку згідно із статтею 20 Закону „Про наукові парки». (в редакції Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо діяльності наукових парків») [3].

В той же час, не дивлячись на законодавчу регламентацію, щодо створення та діяльності наукового парку, на практиці існують суттєві труднощі та колізії

відносно їх організації ЗВО. В першу чергу, це відсутність реальної підтримки з боку держави, оскільки держава незацікавлена у підтримці нових ідей, їх розробці та просуванні інновацій, а високі податки не дозволяють стимулювати науковців. Також недостатність прямої відповідальності органів державної влади за просування або впровадження інновацій та зниження обсягів державного фінансування на фундаментальні дослідження. Слабке спрямування інноваційного потенціалу університетів на вирішення соціально-економічних проблем регіону та недостатня кількість фахівців по трансферу і посередництва в комерціалізації наукових розробок [4]. Також не були внесені відповідні зміни до Бюджетного кодексу України, згідно з абзацом 6 пункту першого Прикінцевих та перехідних положень до статті 60, яка набирає чинності з дня введення в дію змін до Бюджетного кодексу України, щодо віднесення до власних надходжень та визначення напрямів використання доходів, отриманих державною науковою установою та ЗВО що повністю фінансуються за рахунок коштів державного бюджету, у вигляді частини прибутку від діяльності господарського товариства (дивідендів), а також доходів, отриманих ними від розпорядження частками (акціями) у статутних капіталах господарських товариств [5].

Підсумовуючі вищезазначене, треба зазначити наступне, що держава (в особі політиків і технічних експертів), яка покликана встановлювати правила просування інновацій, слабо уявляє собі реальну атмосферу життя наукових лабораторій, умови проведення досліджень, а також можливі наслідки законодавчих положень, прийнятних для продукування наукового знання і його комерціалізації. Автор підтримує позицію О. В. Співаковського – Першого заступника Голови Комітету з питань науки і освіти Верховної Ради, (у роботі котрого автор не одноразово брав участь у 2014–2018 рр.) відповідно негайного подальшого вдосконалення відповідного законодавства, а саме: Закону «Про державно-приватне партнерство» [6] щодо викладення переліку мотиваційних засад для інвесторів під час виконання наукових та науково-технічних договорів, інноваційних проектів на принципах державно-приватного партнерства та спрощення процедури укладення такого договору; Закону «Про наукові парки», щодо надання дозволу ЗВО одержувати частину прибутку від діяльності наукового парку в порядку, встановленому статутом наукового парку, у вигляді надходжень коштів або майна, що надходять безоплатно або у вигляді безповоротної фінансової допомоги чи добровільних пожертвувань (пасивних доходів).

Список використаних джерел:

1. Правовий статус технологічних та наукових парків в Україні. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/pravo.status...parkiv_ukrayini
2. Про наукові парки. Закон України від 25 черв. 2009 р. № 1563-УІ (в ред. від 05.12.2012). – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Про внесення змін до деяких законів України щодо діяльності наукових парків. Закон України від 16.06.2011 р. № 3524-VI. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Аналіз рамкових умов діяльності і взаємодії елементів трикутника знань в Україні. – Режим доступу: <http://fktbum.ntu.edu.ua/wp-content/uploads/Analiz-ramochnykh-uslovijj.pdf>
5. Інформація про результати розширеного засідання Комітету Верховної Ради України з питань науки і освіти Про стан реалізації Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність». – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/art_id=72367
6. Про державно-приватне партнерство. Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI (в ред. від 10.06.2018 р.). – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Апальков С. С.

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара (Україна)

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ
МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Проблемам розвитку малого підприємництва та його фінансового забезпечення приділено багато уваги у працях українських науковців. Зокрема, ці питання висвітлені в роботах Л. В. Барбакової, У. З. Ватаманюк-Зелінської, І. Варцаби, Г. М. Кампо, О. О. Другова, О. І. Куцика, І. А. Ломачінської, В. В. Сирветник-Царій, С. М. Сокотенюк. Водночас питання використання альтернативних фінансів, зокрема краудфандінвестингу та рівноправного кредитування, для фінансування інвестицій та оборотного капіталу малих підприємств у вітчизняній науці залишається малодослідженим. Є обмежена кількість праць, що висвітлює лише деякі аспекти П. М. Рубан [1], тощо.

Малі та середні компанії в пошуках джерел фінансування формують попит в Інтернет просторі на цифрові валюти та похідні фінансові інструменти цифрової економіки. Як наслідок, формуються нові сегменти фінансового ринку: краудфандінгу, краудінвесту, крипто валют тощо. Цифрові платформи нових сегментів фінансового ринку розміщуються в глобальному хмарному просторі, який майже не регулюється і тому є предметом зацікавленості широкого загалу користувачів, в тому числі для потоку «брудних» грошей, фінансування злочинності та тероризму.

Аналіз показує, що співвідношення малих і середніх підприємств в Україні відповідає світовим показникам. Велику частину МСП складають малі

підприємства, відповідно, 98,7% в США, 99% в ЄС і 94% в Україні. Більш того, співвідношення МСП до загальної кількості підприємств в США, ЄС і Україні також збігаються (близько 95% від числа всіх підприємств складають МСП) [2]. Не дивлячись на кількісну подібність в співвідношенні малих, середніх і великих підприємств в США, ЄС та Україні, істотною відмінністю українських підприємств є їх низька інноваційна активність. За даними статистичних досліджень, лише 17% промислових підприємств України займаються інноваційною діяльністю [3].

В умовах відсутності тривалої позитивної кредитної історії, менших обсягів обігу та вищих ризиків діяльності через її низьку диверсифікованість для малого підприємства досить складно отримати необхідну суму кредиту на прийнятних умовах. Крім того, підприємці часто не розглядають банківські кредити як можливе джерело формування своїх фінансових ресурсів через тривалу й ускладнену процедуру їх отримання, нестачу фахівців з фінансово-економічного обґрунтування і оцінки інвестиційних перспектив проектів та суб'єктивні негативні очікування щодо реальності отримання кредиту [4]. Навіть за наявності можливості отримання кредиту його умови по термінам, вартість, сума, вимоги до забезпечення та інші параметри часто є занадто обтяжливими або фінансово неприйнятними для малого підприємства.

З огляду на зазначені об'єктивні обмеження важливою складовою фінансового забезпечення діяльності і розвитку малих підприємств можуть стати моделі альтернативного фінансування.

Розглядаючи традиційні та альтернативні джерела формування фінансових ресурсів, слід враховувати наявні відмінності у залученні коштів для новостворених і вже функціонуючих підприємств. Внутрішні джерела фінансових ресурсів для новостворених підприємств формуються, як правило, за рахунок статутного капіталу, тоді як для функціонуючих підприємств, окрім цього, також доступні надходження власних фінансових ресурсів у вигляді прибутку й амортизаційних відрахувань. Відмінності також відстежуються і під час залучення позикових коштів. Так, банки з меншою пересторогою та на кращих умовах кредитують бізнеси з позитивною кредитною історією, досить тривалим досвідом роботи на ринку, а також своїх клієнтів, які мають у них відкриті активні банківські рахунки. Відповідно, для новоствореного підприємства, навпаки, значно простіше отримати фінансування з альтернативних джерел, зокрема використовуючи краудфандингові платформи, особливо у сфері діяльності інноваційного бізнесу, привабливого для значної кількості інвесторів.

Водночас, існують і певні ризики. По-перше, для підприємців існує ризик того, що озвучені на краудфандінгових платформах нові ідеї (особливо пов'язані з реалізацією технологічних проєктів) можуть бути запозичені іншими компаніями і реалізовані ними самостійно. При цьому завчасна захист прав промислової інтелектуальної власності (отримання патенту на винаходи, корисні моделі та ін.), яку було б бажано провести, в цьому випадку може бути ускладнена через те, що процес патентування є тривалою і дорогою процедурою. Та й скільки-небудь серйозні проєкти вимагають набагато більших грошей, ніж ті, що можливо зібрати на вітчизняних платформах, беручи до уваги скромні середньостатистичні доходи українців, відсутність у переважної їх числа прагнення до технічного новаторства і його підтримки, а також інформацію, що з'явилася згодом боязнь втягнутися в будь-яку фінансову авантюру.

По-друге, ризик є і для самих інвесторів, адже для них складно визначити, наскільки успішним може стати проєкт, які його перспективи, не кажучи вже про можливість шахрайства з боку його авторів. Платформи, на яких представлені проєкти, природно, не можуть відповідати за їх технічну можливість реалізувати, а тим більше за економічні результати.

Однією з вагомих причин того, що поки серйозних проблем майже не було (в тому числі і в Україні) у сфері використання альтернативного фінансування, є прагнення модераторів майданчиків попередньо щільно попрацювати з пропонуваними проєктами і їх авторами, щоб переконатися в серйозності їхніх намірів. Тому для проєктів з розвитку малого та середнього бізнесу краудфандінгова форма їх підтримки може бути переважно додатковою, за умови, що є абоз'явиться в подальшому головний канал фінансування, що представляє основний розмір необхідного капіталу. Використання краудфандінгу як методу співфінансування проєктів може розглядатися і як конкурентна перевага в зборі коштів і потребує критеріального оцінювання його переваг.

Список використаних джерел:

1. Рубанов П. М. Альтернативне онлайн-фінансування для малого підприємництва: крос-країновий аналіз // Інтелект XXI. – 2017. – № 5. – С. 89–95.
2. Кравчук О. Нове в класифікації суб'єктів господарювання. – 2012. [Електронний ресурс]. – URL: <https://goo.gl/QxnsDR>
3. Kovtunenکو K. V., Nesterenko O. V. Innovative activity of industrial enterprises of Ukraine: the state and prospects of development // Ekonomichnyj forum. – 2017. – Vol. 2. – P. 17–23.
4. Кугій А. А., Сокотенюк С. М. Структурний аналіз фінансового забезпечення малого підприємництва // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – № 12. – С. 238–245.

Батуріна І. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан і динаміка розвитку підприємств характеризується цілою низкою нерозв'язаних проблем. Для більшості підприємств актуальними є питання підвищення ефективності та покращення результативності підприємницької діяльності вітчизняних підприємств та дослідження чинників, що її визначають та пошук резервів її підвищення.

Сьогодні існує значна кількість наукових доробок щодо сутності категорії «ефективність». Одні визначають її як «результативність управління підприємством» [1], інші як «співвідношення результату до певного виду витрат» [2], а окремі дослідники як «результативність певної дії чи процесу, яку можна виміряти співвідношенням між одержаними результатом та витратами, що були понесені для його досягнення» [3]. Все це обумовлює визначити ефективність як певну комплексну характеристику, що показує віддачу від використання певних ресурсів підприємства та спроможність досягти заздалегідь визначених цілей і задач [6].

Щодо оцінювання ефективності підприємницької діяльності, то необхідно відзначити, що виділяють традиційні методи (узагальнюючі та часткові показники). Але ці методи мають як переваги, так і недоліки. Серед переваг необхідно відзначити, що традиційні методи охоплюють усі аспекти підприємницької діяльності і те, що при визначенні показників ефективності беруться до уваги усі види ресурсів підприємства. Застосування цих методів дозволяє оцінити ефективність використання певного виду ресурсів, підприємницької діяльності підприємства в цілому та на їх основі визначити можливу стратегію її підвищення. Основним недоліком таких методів є відсутність єдиного інтегрального показника, який би враховував значущість кожного виду ресурсів, оскільки вони мають не однаковий вплив на результати підприємницької діяльності.

Також окремої уваги заслуговує метод оцінювання ефективності підприємницької діяльності, який є наслідком концепції «Performance Management», який передбачає використання збалансованої системи показників (BSC). Згідно даного методу визначають показники діяльності у чотирьох напрямках: фінанси (розглядається ефективність підприємницької діяльності з позиції віддачі від інвестованого капіталу), внутрішня операційна ефективність (розглядається

ефективність внутрішніх бізнес-процесів підприємства), ринкова ефективність (розглядає ефективність товарів або послуг підприємства з позиції споживача), навчання та інновації (розглядає ефективність генерування та впровадження нових ідей, постійне вдосконалення). Цей метод також має властиві йому переваги та недоліки. Серед переваг необхідно відзначити відображення основних напрямів підприємницької діяльності підприємства за допомогою ключових показників ефективності, зв'язок між бізнес-процесами підприємства та його показниками, а також можливість формування стратегії підприємства на основі оцінки відповідних показників. До недоліків слід віднести необхідність розробки індивідуальних ключових показників ефективності, оскільки універсального набору не існує. Даний метод також не враховує зовнішні умови діяльності підприємства, такі як конкуренція, політична кон'юнктура, технологічний процес тощо. Крім того, цей метод не має формалізованого алгоритму його застосування, а також не завжди дозволяє визначити причини неуспіху.

Крім вище зазначених методів також можливим для оцінки ефективності підприємницької діяльності є метод розрахунку показника економічної доданої вартості (EVA). Даний показник являє собою різницю між операційним прибутком після оподаткування та вартістю капіталу, що визначається як добуток інвестованого капіталу та середньозваженої його вартості. Застосування даного методу у вітчизняних умовах є дещо ускладненим, оскільки він в більшій мірі спрямований для оцінювання доходів акціонерів, а також не в повній мірі дозволяє підготовувати необхідну інформацію для розрахунку, а також те, що на його значення суттєво впливає зміна вартості капіталу.

На підставі дослідження наявних методів оцінювання ефективності підприємницької діяльності необхідно відзначити, що, з нашої точки зору, найбільш універсальними методами є традиційні методи, які дозволяють отримати чіткі значення показників за відповідними групами (загальні показники ефективності, ефективність використання персоналу, ефективність використання основних фондів, ефективність використання матеріальних ресурсів, ефективність використання фінансових ресурсів). Порівняння фактичних значень цих показників з їх нормативними значеннями дозволяє обґрунтувати стратегічні напрямки підвищення ефективності підприємницької діяльності для підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Долан Дж. Економікс: справочник / Э. Дж. Долан, Б. И. Доминенко. – М.: Лазурь, 2004. – 544 с.
2. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер. – М.: Астрель, 2004. – 284 с.

3. Андрійчук В. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методологія, аналіз / В. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
4. Отенко В. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства / В. Отенко // Бізнес Інформ. – 2013. – №5. – С. 230–237.
5. Гречко А. Дослідження методів підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства / А. Гречко // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2015. – Вип. 16. – С. 10–18.
6. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку/ Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 1-2 (2). – С.51–54.
7. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43.

Бескровна А. С., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

В останні десятиріччя в межах розвитку суспільства великої уваги надається проблемі постійного пошуку та генерування нових ідей та інновацій. Інформаційна революція, глобалізація усіх сфер життя, зростання населення великих міст та загалом таке поняття як «масова культура» змінили суспільство до невпізнання, сформувавши новий соціум – «суспільство знань». Прогрес торкнувся навіть інформації та швидкості її передачі, створивши умови доступного обміну знаннями. Треба зазначити, що в цих умовах змінилося ставлення суспільства до знань. Сьогодні вже недостатньо бути просто ерудованою людиною. Сучасний світ вимагає від індивіда не тільки володіння енциклопедичними знаннями, а й відповідь на будь-яке питання протягом хвилини можна знайти в Інтернеті або в іншому джерелі інформації, а й творчий процес інтелектуального генерування, створення принципово нового продукту знань. Тому для цього необхідно бути інтелектуальним підприємцем-людиною, яка здатна до креативного осмислення та оригінального ставлення до своєї діяльності.

Інтелектуальне підприємництво визначається як особливий вид діяльності, який, в першу чергу, спрямований на задоволення актуальних потреб соціуму шляхом постійного відтворювально-пізнавального процесу, абстрактного мислення та розробці нестандартної продукції та послуги, які здатні створити сприятливі умови розвитку прогресивного суспільства. Загалом еволюція економіки знань призвела до виникнення складного та необмеженого академічною інформацією виду підприємництва – інтелектуального. С цього часу орієнтація економіки

змінюється на більш інноваційний підхід до забезпечення стійкої ринкової конкурентоспроможності. Більшість технологічно розвинутих країн, як показує досвід, досягли свого економічного розквіту саме завдяки впровадженню інновацій. У змаганні великих корпорацій та фінансових гігантів переможцем виходить той, хто зміг розробити свою власну стратегію управління знаннями. Сучасна загальносвітова ситуація склалася так, що інтелект, бізнес, інформація та підприємництво стали єдиними нерозривними поняттями. Та наскільки спроможна економіка України до інноваційної політики, які показники має розвиток інтелектуального підприємництва країни?

В європейському просторі креативна індустрія складає 4,4% ВВП і налічує 7 млн співробітників. Творчі галузі не тільки чималі, а й найбільш активно розвинуті. В Естонії, наприклад, 11,4% всіх зареєстрованих підприємств працюють в творчих індустріях і складають 5% від загальної зайнятості населення. Але, на жаль, сектор інноваційної економіки знань в Україні не настільки надихаючий. Україна має сильний інтелектуальний потенціал, якого недостатньо для покращення умов розвитку творчого підприємництва. Країні не вистачає в першу чергу основних складових інноваційного прогресу – забезпечення високого рівня освіти, розвитку інфраструктури та технологій.

Як взаємодіють знання та економіка? Та чи завжди інтелектуальне підприємництво мало глобальний характер?

Зрозуміло, що конкуренція і отримання високого прибутку є поштовхом для ефективної успішної роботи підприємства. В аграрну епоху незаперечну перевагу отримували власники більш родючої землі. У період ранньої індустріалізації моделі ведення бізнесу були націлені на досягнення ефекту масштабу: чим більше виробляється продукції, тим менше собівартість одиниці цієї продукції. Згодом почали на перший план виходити технології, тобто досягнення наукового прогресу. І вже в кінці ХХ століття починає формуватися новий тип економічних відносин: знання та інформація стають самостійним продуктом економіки. Вони є основним джерелом стабільності та добробуту. Тепер базові стратегії ведення бізнесу тісно пов'язані з інноваціями. Природні ресурси вже не створюють серйозних конкурентних переваг ні для країн, ні для окремих організацій. Та лише один природний ресурс не втрачає свого значення – людський розум.

Чим вирізняється інтелектуальне підприємництво? У багатьох питаннях інтелектуальне підприємництво збігається з традиційним для нашого розуміння видом підприємництва, так як воно теж безпосередньо пов'язане з отриманням

фінансової вигоди. Але воно має ряд характерних ознак, які роблять його дивовижним явищем сучасної економіки. Звичайно, що не кожен може стати інтелектуальним підприємцем, адже для цього потрібно не тільки мати великий обсяг знань, а й вміти ними користуватися. Та навіть цього буде недостатньо. Інтелектуальна грамотність в значній мірі потребує розвиненої інтуїції, яка пов'язана зі здатністю швидко знаходити та обробляти потрібну інформацію у великих масивах матеріалів. Мотивація до породження нового знання шляхом «мозкового штурму», вміння приймати рішення в умовах дефіциту інформації є особливою відмінністю інтелектуального підприємця. Як подолати те, що постійне виникнення нової інформації може блокувати діяльність? Для цього потрібно мати інтелектуальну безстрашність, тобто відсутність якогось бентеження та стресу перед високим рівнем складності проблеми і навпаки відчуття азарту та натхненності перед невирішеним завданням. Інтелектуальною безстрашністю володіли Нікола Тесла, Генрі Форд, Білл Гейтс та багато інших науковців. Відчуття людиною когнітивного дисонансу призводить до того, що вона починає генерувати нові знання, розробляти щось інноваційне, не схоже на інше.

Аби досягти успіху в економіці знань українському підприємцю та виробити в собі необхідні навички та якості потрібно мислити більш глобально, не брати до уваги правила та межі суспільства, бути зацікавленим у пошуку команди фахівців, створювати новий якісний творчий продукт та орієнтуватися на світовий ринок, адже інтелектуальне підприємництво – це вільна ніша з великими перспективами і можливостями для продуктивного ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43.
2. Гринько Т. В. Теоретико-методологические основы адаптивного инновационного развития / Т. В. Гринько // Экономика промышленности. Институт экономики промышленности НАН Украины. – 2011. – №2-3 (54-55).
3. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України/ Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К.О., 2018. – С. 103–106.

Бесчастна Д. О., Гуртовий Ю. В., Цимбал А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м.Дніпро)

**СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ
ПІДПРИЄМСТВ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

У сучасній економічній системі суб'єкт господарювання в результаті здійснення підприємницької діяльності отримує певний фінансовий результат. Залежно від співвідношень між доходами і витратами розрізняють декілька фінансових результатів: якщо надходження після оподаткування перевищують витрачені кошти, то підприємство отримує прибуток, якщо навпаки – збиток. Але кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація прибутку та пошук шляхів його збільшення, за виникнення збитків – встановлення їх причин та джерел покриття.

Дослідження фінансового результату підприємств Дніпропетровської області з 2010 по 2017 рр. свідчить, що фінансовий результат є підсумковим показником, на який впливають безліч факторів: як макроекономічних (державне регулювання, ставки податків, геополітична ситуація), так і мікроекономічних (обсяги виробництва, собівартість продукції, ефективність використання ресурсів на підприємстві). За досліджуваний період сальдо фінансового результату було як позитивним, так і негативним. Беручи до уваги збільшення сукупного прибутку підприємств регіону та зменшення їх сукупних збитків протягом 2016–2017 рр., маємо тенденцію до покращення розвитку суб'єктів підприємництва. Великі підприємства все ще залишаються основними в розвитку економіки України в цілому та Дніпропетровської області зокрема. Так, у 2017 році ступінь нерівномірності розподілу прибутку між підприємствами, визначений за коефіцієнтом Джині, тільки збільшився з 0,68 до 0,75.

Хоча великі підприємства концентрують більше 90% сукупних прибутків, проте мають не найбільші темпи його приросту: середній темп приросту прибутків для великих підприємств становить 25,53%, для малих – 34,89%. Якщо для перших таке становище, можливо, пов'язане з монополістичним впливом на ринок, віддачею від масштабу і меншими витратами на виробництво продукції, то для других це може бути викликано підтримкою розвитку малого бізнесу, спрощенням ведення поточного бухгалтерського обліку, заміною податків і зборів єдиним податком. Лише малі та мікропідприємства змогли у 2015 році збільшувати далі свої прибутки. Загалом для економіки країни позитивною виявилася діяльність більше великих та малих підприємств, ніж середніх.

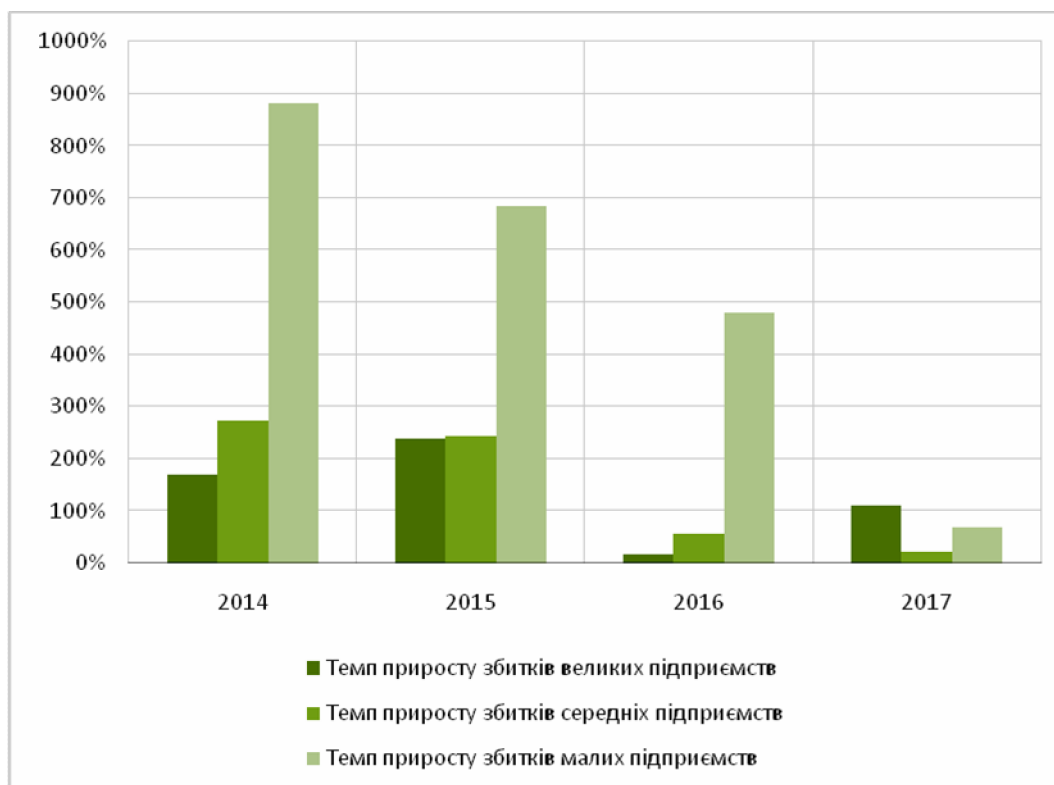


Рис. 1. Динаміка фінансового результату підприємств Дніпропетровської області у 2014–2017 роках
(складено автором за даними [1])

Видами економічної діяльності, в яких підприємства отримали найбільші частки прибутків у 2017 році, є промисловість, оптова торгівля та сільське господарство.



Рис. 2. Розподіл прибутку підприємств за видами економічної діяльності у 2017 році
(складено автором за даними [1])

Видами економічної діяльності, в яких підприємства отримали найбільші збитки, є промисловість (25,92% усіх збитків), оптова торгівля (4,49%) та операції з нерухомим майном (2,15%)

В сучасних умовах, особливо у період економічних криз, ведення господарської діяльності є складним і ризиковим як для великих, так і для малих підприємств. Так, суб'єкти великого підприємництва Дніпропетровської області зайняли монопольне становище на багатьох ринках і розподіляють прибутки між собою, в той час, як малі отримують незначну частку сукупних прибутків по області. Але вони мають позитивні показники темпу середньорічного зростання, які на 9,36% більші за відповідний показник для великих підприємств. Тому завданнями в довгостроковій перспективі для уряду країни в цілому та виконавчої влади Дніпропетровської області, зокрема має стати подальше стимулювання розвитку малих та мікропідприємств підприємств, антикризові заходи для середніх за розмірами підприємств та контроль і сприяння подальшому функціонування великих підприємств.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua

К. е. н. Бикова В. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Об'єктна орієнтація управління на ефективність розвитку підприємництва обумовлюється переходом від екстенсивного шляху розвитку економічних процесів до якісних змін в умовах обмеженості економічних ресурсів.

Згідно Академічного тлумачного словника української мови, «розвиток – ... процес, в результаті якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого...», а протилежний процес, тобто «... поступове погіршення, втрата якихось якостей, властивостей; занепад...» визначається як деградація [7]. Це означає, що розвиток підприємництва передбачає виключно позитивні зрушення. При цьому ступінь інтенсифікації таких зрушень і може бути визначений їх ефективністю.

Як зазначено у [2], ефективність розвитку як процес можна розглядати з чотирьох позицій: організаційної ефективності; узгодженості та взаємодії; проміжних результатів та ефективності окремих ланок та стадій; загальної результативності. Такий підхід є цілком виправданим, зважаючи на пріоритетність функції організації у процесі управління розвитком, необхідність врахування

синергетичного ефекту взаємодії усіх видів і сфер підприємницької діяльності, здійснюваних задля досягнення цільового результату.

На основі дослідження наукових праць можна виділити такі підходи до визначення ефективності підприємництва та трансформувати їх в контексті управління ефективністю розвитку:

1) Суб'єктно-об'єктний підхід, за якого ефективність господарювання визначається продуктивністю праці [4]. Цей підхід може бути використаний і до управління ефективністю розвитку підприємництва у разі розширення його базису, тобто при управлінні продуктивністю усєї економічної системи з акцентом на трудову складову, яка одночасно виступає і суб'єктом, і об'єктом управлінських впливів. Решта компонент економічної системи при цьому може розглядатися як підсистеми забезпечення та передумови продуктивного використання персоналу. До того ж цей підхід може використовуватися не лише на мікрорівні, але й бути покладеним в основу визначення стратегічних пріоритетів розвитку підприємництва на макро- та мезорівні.

2) Вибірковий підхід, що передбачає забезпечення мінімального рівня задоволення усіх складових організації, мотиви діяльності та цілі яких відрізняються. Важливими при цьому є ідентифікація стратегічних складових, а також визначення ступеня їх впливу на діяльність підприємства в цілому [3; 6]. Такий підхід не в повній мірі відповідає принципам процесу розвитку, до яких належать системність, цілеспрямованість та безперервність [2].

3) Системний підхід, за якого ефективність господарювання визначається ступенем взаємодії складових системи: техніко-економічної, соціально-економічної, організаційно-економічної та екологічної [4]. Саме системний підхід враховує взаємний вплив управлінських імпульсів, що завдаються окремим складовим, тим самим сприяючи одержанню максимального ефекту від найменших впливів. Разом з тим, застосування до управління ефективністю розвитку підприємництва виключно системного підходу не є виправданим, оскільки в ньому не враховується решта принципів управління.

4) Управлінський підхід, за якого ефективність господарювання визначається сукупністю відносин між суспільством, підприємством і його персоналом з приводу результатів і затрат суспільної праці [4]. Цей підхід дає змогу імплементувати елементи внутрішнього середовища у інтегровану систему підприємництва, проте у меншій мірі має результативні прояви управління на рівні конкретного суб'єкта підприємницької діяльності, аніж на мезо- чи макро-рівні.

5) Цільовий підхід, який передбачає, що ефективність господарювання визначається єдністю потенціалу підприємства з інноваційними процесами [4]. На нашу думку, цільова орієнтація є визначальною для управління ефективністю розвитку, оскільки не лише завдає вектор розвитку, але й визначає кількісні його параметри. Крім того, цілепокладання, як відомо, є первинною фазою менеджменту, тобто у разі застосування такого підходу можливий перехід від процедури визначення ефективності до управління нею.

Отже, управління ефективністю розвитку підприємництва можна розглядати як цілеспрямований вплив на створення потенційних можливостей забезпечення стабільних темпів позитивних зрушень усіх елементів підприємницької системи у полірівневому вимірі у довгостроковій перспективі. Реалізуючи концепцію управління ефективністю розвитку підприємництва на рівні конкретного суб'єкта, перевагу доцільно віддати системно-цільовому підходу, який найбільшою мірою відповідає сутності такого управління. Він дає змогу оптимізувати час переходу від фактичного стану підприємницької системи до бажаного (цільового) шляхом максимально повного й ефективного задіяння усіх наявних і потенційних ресурсів. На мезо- і макрорівні більш доречним буде застосування управлінсько-цільового підходу, оскільки таке сполучення забезпечить можливість досягнення цільових орієнтирів розвитку суспільства за рахунок ефективного функціонування і взаємодії суб'єктів підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Батракова Т. І. Сутність поняття «економічна ефективність» діяльності підприємства в ринкових умовах / Т. І. Батракова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2015. – № 1 (69). – Ч. 1. – С. 172–178.
2. Волощук Ю. О. Діалектична сутність поняття «ефективний розвиток» / Ю. О. Волощук // Проблеми системного підходу в економіці. – 2018. – Вип. 3 (65). – С. 13–18.
3. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія / А. В. Куценко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
4. Левчук Т. М. Проблеми забезпечення ефективності діяльності підприємства та їх вирішення в сучасних концепціях господарювання / Т. М. Левчук, І. В. Кривов'язюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – Вип. 23. – Ч. 2. – С. 50–53.
5. Лобай Р. Теоретичні підходи до визначення ефективності економічної діяльності / Р. Лобай // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 36. – С. 353–361.
6. Морщенок Т. С. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність» [Електронний ресурс] / Т. С. Морщенок, О. М. Біляк. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_082.pdf
7. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980): в 11 т. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>
8. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

Біліченко П. М., Тімар І. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІТ-РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У сучасних умовах у всьому світі ІТ-сфера набирає усе більших темпів розвитку обертів. Інформаційні технології тісно та динамічно інтегруються у різні галузі світової економіки, чинять безпосередній вплив на зростання основних соціально-економічних показників підприємств і організацій. Історично Україна завжди була центром розробки програмного забезпечення, технологічних рішень для аналізу та обробки даних, що пов'язано, перед усім з рівнем технічної освіти.

За даними проведеного Асоціацією «ІТ Ukraine» і Офісу ефективного регулювання (BRDO) дослідження національної ІТ-галузі, встановлено, що ця сфера в Україні поступово щорічно зростає на 11–26%, незважаючи на загальний стан економіки країни. В першому півріччі 2018 р. комп'ютерні послуги посіли друге місце у експорті. «За 4 роки Україна отримала більш 2.5 млрд доларів чистого прибутку за рахунок створення технологічно розвинених підприємств. В середньому, сума податків, які ІТ-компанії заплатили в бюджет за перше півріччя 2018 р. зросла на 30,1% в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, що демонструє активний розвиток цієї галузі» [1]

В Україні близько 4000 активних компаній, більшість з яких мають до 80 співробітників, проте багато фахівців працюють у фірмах, що налічують понад 80 осіб персоналу. З них кількість компаній, активних на ринку праці – 2309. Найбільше компаній зареєстровано у містах Києві, Харкові, Дніпрі, Львові, Одесі. Проте, рівень внутрішнього попиту на ІТ-сервіси в тому числі для українських компаній залишається невеликим. Аналітики підкреслили, що низький рівень споживання ІТ в Україні є і наслідком, і причиною низького рівня економічного добробуту населення (ВВП на громадянина).

Ринок ІТ складається з трьох сегментів: hardware – «заліза», packaged software – готового програмного забезпечення і services – послуг. За останні три роки український ринок «заліза» коливався в межах від \$1,2 до \$1,5 млрд; ринок готового програмного забезпечення – від \$0,11 до \$0,12 млрд; ринок послуг – від \$0,18 до \$0,19 млрд.

Загалом, ІТ-сфера в Україні не надто розвинена, лише один з її сегментів, а саме аутсорсинг, добре представлений на ринку, за рахунок віддаленої роботи іноземних замовників. Стосовно створення програмного забезпечення «під

ключ» та виготовлення комп'ютерного «заліза», можна відмітити їх незначну роль в українській сфері інформаційних технологій.

Основними проблемами функціонування та розвитку ІТ-сфери в Україні можна вважати наступні:

- недостатній рівень правової бази захисту прав інтелектуальної власності,
- слабо розвинені ринки фінансових і венчурних інвестицій,
- відтік висококваліфікованих фахівців за кордон ;
- незбалансованість ринку праці (при збільшенні дефіциту професіоналів і стабільному зростанні зарплат, спостерігається надлишок фахівців, які мають недостатній рівень кваліфікації);
- несприятливий податковий клімат.

Незважаючи на існуючі проблеми український ІТ-бізнес має високу інвестиційну привабливість для закордонних інвесторів за таких причин [2]:

- доступна вартість розробки проектів, що створюють українські ІТ-компанії та окремі фахівці;
- високий рівень компетентності ІТ-фахівців, що є наслідком існування потужної науково-освітньої бази;
- велика кількість дипломованих ІТ-фахівців;
- зручний часовий пояс GMT+2 (для Європи час співпадає, для Америки наша країна більш зручна ніж країни Азії, зокрема Китай);
- швидкий та дешевий широкосмуговий інтернет-зв'язок (в рейтингу країн світу за швидкістю Інтернету Україна входить у двадцятку лідерів, а оперативність підключення та відносно низька вартість послуг надає ще більшої ваги зазначеному чиннику);
- географічне положення країни, що обумовлює низьку ймовірність природних катаклізмів та катастроф робить Україну більш привабливою для інвестування в ІТ бізнес порівняно із країнами Азії;
- достатній рівень володіння англійською мовою, що є визначальною умовою успішної діяльності в сфері ІТ-технологій.

Але, підвищення інвестиційної активності, зокрема, закордонних інвесторів, не зважаючи на високу інвестиційну привабливість ІТ-сфери, стримує загальний інвестиційний клімат в нашій країні, який на сьогодні є не надто сприятливим за рахунок нестабільної політичної ситуації в країні, недосконалої нормативно-правової бази, відсутнього рівня корупції, тощо.

Отже, можна дійти висновку, що українська ІТ-сфера має значний потенціал, але не позбавлена недоліків і проблем, не дивлячись на які, зберігає високий

рівень інвестиційної привабливості, в тому числі й для закордонних інвесторів, що є запорукою її подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Асоціації «IT Ukraine» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itukraine.org.ua/>
2. Тімар І. В. IT-сфера в Україні: інвестиційна привабливість та перспективи розвитку / І. В.Тімар, В. О. Колісник // Модернізація фінансово-кредитної системи України: виклики глобалізації: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (20 березня 2018 року). – Кривий Ріг: ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, 2018. – С. 358–361.
3. Колісник В. О. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності в Україні / В. О. Колісник, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі». Т. 1. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 117–119.
4. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько// Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43.

Бойчук Є. К., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗМІН В ДЕРЖАВНОМУ СТАВЛЕННІ ДО СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Ринкова економіка – відносно нове явище в історії України, тому інколи виникають труднощі. Наприклад, за рейтингом «Doing Business» по легкості початку бізнесу наша країна займає 56-е місце, по легкості ведення – 71-е [1]. Хоча індекс економічної свободи подає певні надії – починаючи з 2016-го року показник зріс з 56,8 до 66,1% [2], після тривалого занепаду.

Нажаль, значною проблемою в цій сфері є рівень банкрутства фірм [3], при чому найбільша їх частка в 2015 році – відносно невеликі за кількістю найманих працівників підприємства – 8,6% з кількістю до 9 осіб і 3,7% – до 49.

Хоча частково це можна пояснити кризою 2014 року, але насправді відбувається поступове зменшення кількості підприємств [4]: якщо в 2010 році існувало 586 великих, 21343 середніх та 2161999 малих підприємств, то вже в 2017 їх було 659, 21059 та 1679902 відповідно. Як можна побачити, найбільше зменшилася кількість саме малих фірм.

Серед визначних причин банкрутства і припинення існування можна виділити нестачу як ресурсів і фінансів, так і досвіду чи необхідних знань.

При чому, останні мають велике значення, адже саме знання економічних процесів на ринку значно допомагає при вирішенні основних питань: як, що і для кого виробляти.

Однією з найважливіших понять економічних знань є бізнес-модель. Нажаль, не існує єдиного визначення цього терміну, але Н. І. Меркушева та А. К. Павлюк в своїй статті «Використання конструктора «бізнес-модель» в сучасному підприємстві» узагальнюють такі типи бізнес-моделей [5]:

- зображення взаємодії компанії та клієнтів / партнерів;
- спосіб для створення цінності;
- метод ведення бізнесу;
- інструмент для розподілу ресурсів.

Ще ж і надто, В. І. Бариленко, В. В. Бердников та Ю. Ю. Гавель у своїй роботі «Аналітичне обґрунтування перспективних бізнес-моделей компаній малого бізнесу» вважають, що бізнес-моделі є визначальними для збільшення конкурентоспроможності та стійкості економічного росту [6].

Як можна зрозуміти, бізнес-модель та її планування повинна займати важливе місце при започаткуванні фірми. Саме тому на державному рівні слід заохочувати отримання підприємцями економічних знань, підтримувати вже н підприємства та нагороджувати дослідження в сфері бізнес-стратегії та зокрема бізнес-моделей.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг «Doing Business» [Електронний ресурс].
2. Індекс економічної свободи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.heritage.org/index/visualize?cnts=ukraine&type=1>
3. Рівень банкрутства фірм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/r_so/demog_pidp_15.pdf
4. Статистика зменшення підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємства за видами економічної діяльності (2010-2017)
5. Меркушова Н. И. Использование конструкта «бизнес-модель» в современном предпринимательстве / Н. И. Меркушова, А. К. Павлюк // Вопросы экономики и управления. – 2015. – №2. – С. 100–105. – URL <https://moluch.ru/th/5/archive/16/433/> (дата обращения: 24.02.2019).
6. «Аналітичне обґрунтування перспективних бізнес-моделей компаній малого бізнесу» [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiticheskoe-obosnovanie-perspektivnyh-biznes-modeley-kompaniy-malogo-biznesa>

Бруно Коррадо

Керівник санітарного сектору ASL, член громадської організації G.A.S.

(м. Фрозіноне, Італія)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІКИ ІТАЛІЇ

Останнім часом в Італії особливого значення набули ідеї відомого французького антиглобаліста Сержа Латуша [1; 2]. Сучасному італійському суспільству стали близькими думки про те, що глобальне споживання створює багато екологічних та соціальних проблем за рахунок нерівності та знищення природи. Італія – країна, в економіці якої традиційно велику роль грає сільське господарство, тому вона надто болісно відчуває на собі спосіб господарювання, заснований на використанні пестицидів, техніки, хімічних добрив, що призводить не до продуктивності, а до фанатичного продуктивізму. Альтернативні системи сталого сільського господарства, запропоновані Сержем Латушем [1; 2], також є актуальними для італійських фермерів. Система локального сільського господарства, що постачає населенню на місцевому рівні здорові сезонні продукти, є об'єктивно обумовленою для Італії. В тому числі, як і думка про те, що слід залишити значні території, на яких зможуть жити і розмножуватися рослини і тварини, а також вирощуватись худоба в природних умовах, прийшовши на зміну інтенсивному тваринництву.

Отже, яким чином функціонує соціальна економіка в Італії? Насамперед, це діяльність G.A.S. (Група Солідарних Покупок), яка орієнтується на споживання продукції з опорою на ЕКО-підтримку матеріалів та енергії, сприяючи скороченню використання енергії. Гіпервиробництво продукції базується на принципі «робота-прибуток», але слід зрозуміти, що виробництво і споживання повинні спиратися на реальні потреби людини з особливою увагою до екології, при одночасному зниженні відходів, а також їх переробці.

G.A.S. – це група людей, знайомих між собою і зацікавлених у споживанні здорової їжі. Рак, хвороби Паркінсона, Альцгеймера, розсіяний склероз тощо – лише деякі із загроз, що поширюються в нашому індустріальному суспільстві і тісно пов'язані з використанням пестицидів у сільському господарстві. У супермаркеті неможливо говорити з виробником продукції, щоб дізнатись, яким чином вироблено продукт. Споживачі бачать лише продукт і його ціну. G.A.S., навпаки, пропонує споживачам і виробникам співпрацювати.

Члени групи зареєстровані у список розсилки мережі Інтернет. Громадяни зустрічаються один раз на місяць і отримують інформацію кожного дня через

соцмережі. Таким чином, це надає можливість обговорити продукти з точки зору їх натуральності, корисності, обрати виробників, що працюють з повагою прав їх працівників (етичний аспект), і надати перевагу невеликим місцевим виробникам натуральних продуктів, що гарантують свіжість, економлять час і транспортні витрати (в тому числі, запобігають транспортному забрудненню). Ця система основана на короткому шляху від виробника до споживача. Виробники отримують справжню ціну, а не ту, що пропонує ринкова економіка (найчастіше абсолютно не вигідну).

Кожен член G.A.S., у свою чергу, відповідає за розміщення замовлень з відомими і перевіреними виробниками. Зрозуміло, що друзі і члени родини, зареєстровані на розсилку, додаються до списку споживачів, щоразу збільшуючи обсяг замовлень. Після того, як замовлення будуть завершені, відбувається зустріч виробників і споживачів в місці, обговореному на сайті – площа, паркінг тощо. G.A.S має не вертикальну піраміду організації економіки, яка лежить в основі економічних гігантів, а горизонтальну, без головуючих та підлеглих.

G.A.S. опікується не лише проблемами здоров'я. Постійно приймаються нові ініціативи та пропозиції щодо альтернативної енергії, практики утилізації відходів з метою зниження забруднення, стимулювання роботи місцевих органів влади, вдосконалення її планування, започатковуються проекти для шкіл. G.A.S та інші кооперативні групи створюють інтерфейси між різними групами на регіональному рівні і являють собою D.E.S. (Вільну солідарну економіку). Наприклад, в провінції Фрозіно не існує 4 організації G.A.S, а також інші групи, що поділяють поняття Економіки Солідарності, вони беруть активну участь у круглих столах та конференціях з метою прийняття рішень щодо поліпшення життя громад.

Крім того, діяльність G.A.S. в Італії призвела до посилення руху «Жити без супермаркетів». За статистикою, супермаркети заробляють щонайменше 200 мільярдів євро на рік. Споживання є надмірним і абсолютно не виправданим, тобто, як правило, воно провокується впливом реклами, а не задоволенням потреб населення. Наслідком цього є велике виробництво відходів та забруднення. Відходи неминуче спричинять великі суми грошей, які будуть використані для очищення землі, води і повітря. Відповідно, гроші – це податки, які є тягарем для громадян. Крім того, відходи провокують хвороби, на боротьбу з якими слід знову виділяти кошти, які щоразу беруться із гаманця населення.

Практичним вказівником подібного життя без супермаркетів стала книга відомої італійської журналістки Елени Тіолі «Жити без супермаркету»[3], що

вийшла в світ у 2017 році. На сторінках книги представлено трирічний досвід самої авторки, яка повністю відмовилась від візитів до великих магазинів. Книга має великий успіх серед пересічних громадян і, навіть, підтримана Беппе Гріло – ідеологом нині найпотужнішої в Італії партії «5 зірок», в програмі якої екологічний аспект життя є домінуючим.

Ідеї Елени Тіолі, викладені у книзі, споріднені з базовими принципами Групи Солідарних Покупок (G.A.S.). Журналіст визначає 5 основних аргументів на користь життя без супермаркетів:

1. Економічний. Життя без супермаркету – це насамперед економія. Можливо купувати все менше і краще. Дуже часто споживач, увійшовши в торговий центр, думає лише про необхідний набір покупок, але на виході усвідомлює, що його кошик переповнений, а гаманець зменшився ще на 50 євро, ніж заплановано. Це так звані індуковані потреби, тобто ті, що не є необхідними, але все ще сприймаються як необхідні для споживачів, і які є результатом вдалої рекламної кампанії та геніальних маркетингових дій. Споживачі не беруть до уваги, що упаковка, транспортування, зберігання – це приблизно від 35 до 45% від кінцевої ціни продукту.

2. Час. Життя без супермаркету також означає економію часу, тобто відсутність черги на касі, пошуку місця паркування, смуги перешкод між провулками, марно витрачених вихідних, проведених в торговому центрі. Набагато простіше зробити покупки через Групу Солідарних Покупок, що займе всього кілька хвилин: заповнення замовлення в Інтернеті (не виходячи з дому), а потім отримання замовлення у день доставки.

3. Екологічний. Життя без супермаркету означає скорочення відходів і зменшення забруднення. Локальні виробники, невеличкі фермерські господарства зменшують витрату ресурсів у 8 разів у порівнянні з великими сільськогосподарськими підприємствами. Крім того, це також скорочення використання пластику (однієї з найбільш серйозних екологічних проблем) і бойкотування одного з основних джерел забруднення у світі: інтенсивного сільського господарства. Згідно зі звітом Грінпіс, сільське господарство в найближчі десятиліття буде виробляти 52% глобальних викидів парникових газів, 70% яких надходить з сектору м'ясного та молочного виробництва. Вже сьогодні повітря, водні та земельні ресурси, на яких функціонує інтенсивне виробництво мають високі показники за рівнем забруднення, безпліддя ґрунтів та втрати біорізноманіття.

4. Етичний. Життя без супермаркету означає відмову від брендів і продуктів, які не поважають навколишнє середовище, працівників і споживачів.

Короткий ланцюг постачання означає, насамперед, свідомий вибір того, кому віддавати наші гроші: кого заохочувати і кого бойкотувати. Вибір того, що покласти в кошик для покупок, безсумнівно, стає етичним питанням. 82% дітей, які помирають від голоду, живуть у країнах, де їжа присутня, але її віддають тваринам, які потім годують 20% населення світу. Тобто це 3 мільйони дітей, які щорічно своїм життям змушені оплатити потреби західного споживача. Але не потрібно йти на інший кінець світу, щоб знайти негатив у цій системі: слід подивитись на відділ фруктів і овочів супермаркету і дізнатись про походження цих продуктів, щоб виявити зловживання та спекуляції із використанням нелегальної праці, без сплати податків, на яку змушені погодитись працівники.

5. Здоров'я. Життя без супермаркету означає користь сировини, органічних (навіть якщо не сертифікованих), сезонних продуктів, простих і справжніх речей, відсутність консервантів, добавок, ендокринних порушників, промислових продуктів, багатих вітамінами.

Отже, в сучасній економіці Італії спостерігаються альтернативні до пануючої в світі ринкової економіки тенденції, які базуються на морально-етичних принципах та відповідальному ставленні до майбутнього своєї країни. Італія має стати прикладом для інших держав світу у питанні позитивних зрушень в світовій економіці.

Список використаних джерел:

1. Serge Latouche. *Survivre au developpement: Se la decolonisation economique a la construction d'une societe alternative.* – Paris, 2004.
2. Serge Latouche. *Vers une societe d'abondance frugale : Contresens et cntroverses de la decroissance.* – Paris, 2011.
3. Elena Tioli. *Vivere senza supermercato : Storia felice di una exconsumatrice inconsapervole.* – Roma, 2017. – 135

Ваксер Н.Ф., Куренная И.Г.

Днепровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ И ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Для современного этапа прогресса социально – экономических сфер общества, существенное значение имеет развитие малого предпринимательства. Формирование сектора малых предприятий – один из ведущих факторов становления экономического потенциала страны. Анализ опыта промышленно-

развитых европейских стран показывает, что малое предпринимательство – основа хозяйственной системы и стабильной, конкурентоспособной экономики государства. Проблема развития данного сектора предпринимательства особенно актуальна, так как она непосредственно связана с уровнем социального комфорта населения.

По мнению Й. Шумпетера именно предпринимательство лежит в основе экономического развития. Под предприятием он понимал осуществление новых комбинаций, а под предпринимателем – хозяйственного субъекта, выступающего в роли активного элемента [1, с. 47-48].

Активную роль предпринимателя подчеркивал французский экономист Ж. Б. Сэй. Он характеризовал его как посредника, который комбинирует факторы производства. Ж.Б. Сэй считал, что предприниматель берется произвести продукт в свою пользу, за свой счет и риск.

Историческое становление малого предпринимательства в Украине и в европейском пространстве имеет в своей основе значительные отличительные черты. Активное развитие данного сегмента экономики в Европе приходится на 70-е года XX столетия. Именно в это время на государственном уровне формируются системы для поддержки и стимулирования малого и среднего бизнеса [4]. В первую очередь были устранены административные барьеры, которые касались таких аспектов как: условия финансирования; налог на добавленную стоимость и другие. Законодательно осуществлялось регулирование малого предпринимательства. Разрабатывались программы для комплексного развития, которые касались как социальной политики государства, так и технологического, кадрового и финансового содействия.

Анализируя этапы становления малого предпринимательства в Украине, можно выделить следующие проблемы, которые повлияли на формирование данного экономического сегмента [3]:

- отсутствие необходимых нормативно законодательных условий;
- пассивная политика государства;
- непоследовательный процесс реформирования;
- заторможенность в социально-экономической сфере;
- недоступность системы кредитования.

Анализ современных тенденций развития малого предпринимательства в экономически прогрессивных странах, указывает на важнейшую роль именно данных предприятий. От уровня развития малого предпринимательства напрямую зависят высокие показатели экономического развития государства.

В настоящее время, формирование потенциала малого предпринимательства в европейских странах, учитывает множество факторов. Создана система, которая работает на двух уровнях: национальном и на уровне Европейского союза. Государственная политика направлена на максимальное взаимодействие малых предприятий со структурами их поддержки и стимулирования. Страны ЕС имеют национальные программы поддержания инновационного малого предпринимательства, также содействие осуществляется и на общеевропейском уровне.

К наиболее эффективным тенденциям развития малого предпринимательства в европейском пространстве можно отнести:

- упрощенная система регулирования;
- расширение системы гарантийной поддержки;
- предоставление льготных кредитов;
- финансовое содействие на национальном уровне;
- обеспечение интеграции малого предпринимательства;
- разработка специальных программ по стимулированию и поддержке.

Данные меры могли быть адаптированы и для нашего государства. Но, в настоящее время, условия для развития малого предпринимательства в Украине далеки от благоприятных показателей. Можно выделить ряд основных проблем, которые препятствуют полноценному росту данного экономического сегмента.

- отсутствие государственной стабильности и гарантий;
- отсутствие совершенной нормативно – правовой базы;
- снижение уровня платежеспособности населения;
- рост уровня теневой экономики;
- снижение инвестиционного потенциала.

Опыт европейских стран указывает на то, что малое предпринимательство – основа экономического и социального благополучия страны. Соответственно, государством должны быть приняты меры по разработке схемы развития малого предпринимательства, как одного из основных факторов выходы страны на новый экономический уровень.

Список литературных источников:

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. Директ медиа Паблишинг Москва 2008. – 137 с.
2. Лапуста М. Г. Предпринимательство: Учебник. – М.: Инфра-М, 2000. – 448 с.
3. Шпак В. И. Развитие малого предпринимательства в Украине (на примере украинской издательско полиграфической компании «Экспрес-Об'ява»): Науч. изд. – К.: МАУП, 2002. – 112 с.

4. Entrepreneurship in Europe // Routledge Revivals. The social Process. Routledge, 2015. – 198 p.
5. Клименко А. О. Економічна модель розвитку країни: світовий досвід та перспективи України / А. О. Клименко, А. М.Стрепетова, І. В. Тімар// Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 берез. 2017 р.: в 11 т. – Дніпро: Біла К. О., 2017. Том10. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку: держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. – С. 40–42.
6. Гринько Т. Методичні підходи до вибору стратегічних альтернатив розвитку суб'єктів підприємництва / Т. Гринько, М. Шибецька // Управління розвитком. – 2017. – №1-2(187-188). – С. 94–100.

Годзь О. В., к. е. н. Кучеренко С. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасні реалії розвитку українського суспільства вказують на те, що у світі все більшого значення набуває інформація. Інформація пронизує майже всі сфери діяльності будь-якої людини. Інформація та знання сьогодні є основною «зброєю» конкурентної боротьби у світі. Сучасне суспільство формує цінності, які сприяють переходу на інтелектуально-технологічну фазу розвитку, при цьому висуваючи на центральне місце інтелектуальний капітал.

Нині в Україні і в світі має місце новий розділ науки управління та новий різновид управлінської діяльності – управління інтелектуальним капіталом. На сьогоднішній день залучити матеріальні ресурси (грошові кошти, основні фонди, приміщення тощо), не є проблемою, набагато складніше оволодіти знаннями, ідеями та інформацією, які, в свою чергу, є генераторами прибутку та критерієм успішної діяльності підприємницьких суб'єктів.

Термін «інтелектуальний капітал» з'явився на початку 90-х років ХХ ст. Він є сумою всіх знань працівників підприємства, які дають йому конкурентну перевагу на ринку. При цьому під знаннями розуміють патенти, управлінські навички, технології, інформацію про клієнтів і постачальників, а також досвід [1]. На підприємстві інформація та наявні у персоналу знання виступають у формі інтелектуального капіталу. Управління інтелектуальним капіталом для вітчизняних підприємницьких суб'єктів, які прагнуть мати конкурентну перевагу нині є досить нагальною потребою.

Інтелектуальний капітал має стратегічне значення для сучасних підприємницьких суб'єктів. Ефективне управління інтелектуальним капіталом, що

стимулює творчий підхід до вирішення проблем буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності та розвитку підприємницького суб'єкта в сучасних динамічних умовах розвитку економіки. Так, інтелектуальний капітал підприємства включає ті знання та вміння співробітників підприємства, а також ту інформацію, які мають змогу принести користь підприємству.

Основними особливостями інтелектуального капіталу підприємства є: інтелектуальний капітал не має речової, фізичної форми, він невловимий; неможливо чітко визначити, хто є власником інтелектуального капіталу і несе за нього відповідальність; на відміну від всіх інших видів капіталу інтелектуальний капітал є генератором прибутку, а не засобів виробництва; між розміром інтелектуального капіталу та основними фондами та матеріальними запасами існує зворотна залежність; інтелектуальний капітал є сумішшю об'єктивного і суб'єктивного, він невіддільний від його головного носія і творця – людини; інтелектуальний капітал пронизує всю фірму або організацію, присутній у всіх бізнес-процесах організації [1].

Через те, що інтелектуальний капітал є основою діяльності будь-якого підприємницького суб'єкта, то, природно, виникає питання про те, де конкретно знаходиться інтелектуальний капітал, як його виявити на підприємстві і як змусити приносити прибуток. Інтелектуальний капітал знаходиться в «головах» співробітників підприємства, в структурах компанії та у відносинах зі споживачами.

Розрізняють людський, структурний та споживчий капітал. Людський капітал є здатністю індивідів пропонувати клієнтам рішення, він може існувати тільки в контексті конкретної мети, стратегії в організації. Людський капітал не може використовуватися ефективно без структурного капіталу, необхідні певні структури: лабораторії, інформаційні системи, канали дистрибуції, ефективний менеджмент тощо. Структурний капітал організовує людський капітал таким чином, щоб його можна було неодноразово використовувати для створення цінностей. Споживчий капітал служить оцінкою відносин організації з покупцями її продукції [3].

Для оцінки інтелектуального капіталу на підприємстві використовують чотири групи методів: методи ринкової капіталізації – Market Capitalization Methods (MCM); методи віддачі на активи – Return on Assets Methods (ROA); методи прямого виміру інтелектуального капіталу – Direct Intellectual Capital Methods (DIC); методи експертної оцінки – Scorecard Methods (SC) [2].

Особливе значення для підвищення ефективності діяльності підприємницьких суб'єктів має організаційна культура, яка включає внутрішні і зовнішні орієнтири

діяльності та трактує сутність ділового успіху організації. Ефективне управління інтелектуальним капіталом неможливо без зміни структури. Для підвищення ефективності управління вводяться посади менеджерів з управління знаннями, альянс-менеджери, креативні менеджери, координатори знань, менеджерів та інженерів знань підприємницьких суб'єктів.

Отже, інтелектуалізація є передумовою відновлення зростання економіки України, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку. Її індикатором є формування інтелектуального капіталу. Тільки таким шляхом вітчизняні підприємства в умовах сучасної «економіки знань» зможуть забезпечити свою життєздатність, сформувати стійкі конкурентні переваги та ефективно функціонувати на ринку.

Список використаних джерел:

1. Корнух О. В. Інтелектуальний капітал – основа інноватизації, ефективної і корпоративної стратегії підприємства: монографія / Турило А. М., Корнух О. В.; ДВНЗ «Криворізький національний університет». – Кривий Ріг: Видавничий дім, 2012. – 228 с.
2. Лігоненко Л. О. Інтелектуальний капітал підприємства: науково-методичні засади та результати оцінювання / Л. О. Лігоненко // Економіка України. – 2014. – №5 (630). – С. 46–50.
3. Мамонтова Н. Тенденції та особливості формування і використання інтелектуального капіталу в Україні / Н. Мамонтова // Економіка України. – 2010. – №8. – С. 30–39.
4. Захарова Д. С. Значення та перспективи інвестування у людський капітал в Україні / Д. С. Захарова, Р. О. Федюкин, І. В. Тімар // Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємництва та фінансово-економічного потенціалу регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: у 2-х частинах (м. Запоріжжя, 11 листопада 2016 року). – Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2016. – Ч. 2. – С. 89–91.

Гуцалюк В. С., Кобченко А. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розвиток інноваційної системи економіки є об'єктивною необхідністю, що доведено світовим досвідом. Роль інновацій стає все більш і більш актуальною, а підприємства малого і середнього бізнесу (МСБ) постають вагомим суб'єктом ринку, що здатні генерувати конкурентоспроможні ідеї і займатися комерціалізацією нововведень. Тому на сучасному етапі важливим є забезпечення умов розвитку МСБ та поліпшення його інноваційної активності.

На жаль, економіка України, через нестабільний політичний та економічний стан, і через недоліки внутрішньогосподарського управління, стикається з рядом

проблем, що не сприяють необхідним умовам для інноваційного розвитку. Проблематика функціонування та інноваційної діяльності, перспективи діяльності МСБ і тенденції розвитку висвітлено у роботах таких українських авторів, як О. П. Крупський [4], М. Білик [5], З. Варналій [6] та інші. Основними результатами їх роботи були висновки про широкий економічний спад МСБ, кризи у фінансовому стані, поганий бізнес-клімат тощо. Такі автори, як І. Бабець, Ю. Полякова, О. Мокій, вважають, що головною проблемою, що заважає розвитку інноваційного підприємництва в Україні, є суперечлива інноваційна політика країни, зменшення фінансування інноваційної системи, недосконалість нормативно-правових та організаційно-економічних аспектів здійснення інноваційної діяльності [1].

Тому, дуже важливим завданням для України є розроблення та здійснення стратегічних напрямків розвитку інноваційної діяльності та сприяння інноваційній діяльності підприємств, і зокрема тих, де питома частка підприємств МСБ є найбільш помітною. Провівши аналіз статистичних даних, що стосуються інноваційної діяльності, З. Юринець відмічає, що Україна демонструє достатньо невисокий рівень інноваційної активності [2]. Частка підприємств МСБ на 2016 рік, де впроваджуються інновації, становила близько 3% від кількості всіх підприємств. Загальноекономічні тенденції вказують на те, що частка підприємств, які не мають бажання здійснювати інновації, складає 82,3%.

Головними причинами низьких показників інноваційної активності підприємств МСБ є [2; 3]:

- недостатність економічних стимулів відносно залучення інвестицій в інноваційні процеси;
- незначний обсяг фінансування інноваційної діяльності з боку держави (<1% від ВВП);
- дефіцит органів державного управління в інноваційній діяльності;
- призупинення розвитку інноваційних структур та інфраструктур (техно-парків, технополісів, високотехнологічних інноваційних підприємств, бізнес-інкубаторів, науково-технологічних центрів та ін.);
- невизначеність організаційно-правових аспектів функціонування, низький рівень інформаційно-аналітичної забезпеченості;
- відсутність визначених орієнтирів інноваційного розвитку підприємств МСБ;
- низька кваліфікація, недостатня компетентність працівників підприємств МСБ. Це безпосередньо пов'язано з низьким рівнем освіти, недостатнім досвідом у різних сферах економіки та менеджменту;

- достатньо висока вартість нововведень та тривалі строки їх окупності;
- відсутність або недоступність систематизованої інформації про нові технології.

Для покращення інноваційної діяльності підприємств МСБ варто:

- забезпечити інформаційну підтримку підприємництва щодо кон'юнктури ринків, доступних до використання матеріально-технічних об'єктів, наукових розробок та винаходів та ін.;

- розробити програму формування місцевих ринків інтелектуальної власності;
- сформувати е-біржу інновацій, де б знаходилась інформація про інвестиційно-привабливі інноваційні підприємства;

- створити інноваційний фонд України, фінансування якого було б за участю державного бюджету, і який брав би на себе функцію стимулювання розвитку регіональних та місцевих венчурних фондів за участю вітчизняного та іноземного капіталу.

Безперестанні зміни в економіці, що пов'язані з необхідністю у впровадженні інновацій, вимагають чітких управлінських підходів, які мають спиратися на підтримку МСБ. Зазначені вище рекомендації мають надати чіткі перспективи для розвитку інноваційної активності підприємств малого та середнього бізнесу та створити основу для інтелектуальної орієнтації економіки, посилити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та сприяти зміцненню позицій МСБ в Україні.

Список використаних джерел:

1. Бабець І. Г. Обґрунтування напрямів розвитку інноваційного підприємництва з урахуванням світового досвіду / І. Г. Бабець, Ю. В. Полякова, О. А. Мокій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/65.htm>
2. Юринець З. В. Нейромережеве моделювання як інструмент прогнозування інноваційного розвитку економіки України / З. В. Юринець, В. В. Круглякова // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 6. – С. 425-432.
3. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України / Тимченко О. І. // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4135>.
4. Крупський О. П. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку України / О. П. Крупський, К. А. Макарова // Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 квітня 2014р.: у 6 т. – Т. 6 : Проблеми та перспективи інноваційного розвитку : держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2014. – С. 72–74.
5. Білик М. Д. Податковий механізм стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств України / М. Д. Білик, М. В. Соколов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 9. – С. 82–87.
6. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – 3-є вид. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2005. – 214 с.

К. т. н. Джур О. Є., Бабак К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ОРІЄНТОВАНО НА ТОРГІВЛЮ ЕЛЕКТРОННИМИ ТОВАРАМИ

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою та невід'ємною сферою господарської діяльності, яка здатна позитивно впливати на ефективність виробництва, якщо буде ефективно використовуватися комплекс сучасних технологій та методів міжнародного бізнесу в цілому, на рівень технічного та технологічного оснащення виробництва, а також на якість виготовленої продукції. Саме завдяки ЗЕД суб'єктів господарювання в країні вирішується проблема нестачі енергоресурсів, сучасних машин і обладнання, технологій і необхідних товарів народного споживання тощо. ЗЕД на підприємствах здійснюється за рахунок зовнішньої торгівлі (відносини між суб'єктами ЗЕД з приводу купівлі-продажу товарів, капіталу, робочої сили та послуг), фінансово-кредитних операцій (сукупності фінансових, кредитних та інших операцій, які здійснюються суб'єктами ЗЕД), підприємницької діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової), науково-технічної кооперації з іноземними підприємцями (носить глобальний характер, оскільки міжнародне співробітництво необхідне при потребі вирішення глобальних проблем); надання послуг. Відповідно до світових тенденцій уряд України здійснює заходи по імплементації політики нової індустріалізації, що передбачає підвищення конкурентоспроможності національної економіки на основі розвитку нових та трансформації традиційних галузей з використанням потенціалу високих технологій відповідно до «Індустрії 4.0». Дана пріоритетна політика обумовлює перспективи розвитку різних типів підприємств, що забезпечують цифровізацію суспільства обчислюваними засобами, програмами та технологіями, а також сприяє створенню нових робочих місць в Україні для різних кваліфікованих спеціалістів.

Прикладом розвитку вищеперелічених тенденцій є ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ», яке було створено в 2016 р., здійснює декілька видів діяльності, однак основною є неспеціалізована оптова торгівля комп'ютерами, запчастинами до них та системами опалювання. Товариство закуповує у східних країн комп'ютерне обладнання та складові для них, зберігає на складі та продає як на внутрішньому ринку, так і експортує іншим країнам. Середньооблікова чисельність працівників складає 20 осіб. Річний дохід від усіх видів діяльності складає 40 тис. грн, що відповідно до чинного законодавства відносить це підприємство до суб'єктів малого підприємництва. На підприємстві зовнішньоекономічною

діяльністю займається комерційний відділ, а саме менеджер зовнішньоекономічної діяльності, до обов'язків якого входить розробка цілей діяльності, ведення обліку виконання всіх зовнішньоекономічних договорів з експорту продукції підприємства та імпорту товарів за бартерними контрактами, а також укладання угод з іноземними постачальниками і підписання контрактів. У м. Дніпро велика кількість фірм, які так чи інакше є учасниками продажу комп'ютерної техніки. Серед них є магазини роздрібного продажу комплектуючих і ПК, магазини сервісного обслуговування і ремонту комп'ютерної техніки, а також Інтернет-магазини. ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ» є Інтернет-магазином. Основними конкурентами ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ» у Дніпрі є Інтернет-магазини, які займаються подібною діяльністю. Основні конкуренти підприємства «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ» наведені в табл. 1.

Таблиця 1. Основні конкуренти ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ»

Назва	Характеристика
«КЭН»	Пропонує широкий асортимент комп'ютерної техніки, периферії, офісної техніки та аксесуарів
«SVEN»	Займається реалізацією товарів сертифікованого якості
«RIA»	Пропонує широкий асортимент продуктів споживання, в тому числі високоякісною комп'ютерною технікою

Враховуючи аналіз ринку та конкурентів, SWOT-аналіз ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ» наведено в табл. 2.

Таблиця 2. SWOT – аналіз ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ»

Сильні сторони	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> - доступні ціни (вартість продукції нижча від сформованої на ринку ціни на товари); - гарантій ремонт протягом більш тривалого ніж у конкурентів періоду часу (2 роки); - вже сформований імідж (співпраця з провідним брендами України: «Злагода», «Простор», «Інвітро», «Біола» і т. д.) 	<ul style="list-style-type: none"> - вихід на зовнішні ринки; - залучення нових постачальників; - співпраця з провідними компаніями світу; - розширення асортименту промислового та комп'ютерного обладнання
Слабкі сторони	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - нестача кваліфікованого персоналу з продажу промислової та комп'ютерної техніки; - обмаль грошових ресурсів для попередньої оплати товарів, що призводить до проблем з часом постачання замовлень клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> - зміни в валютному та митному законодавстві при роботі з міжнародними компаніями; - перепони при митному очищенні товарів при перетині кордону; - зміни в Податковому кодексі; - підвищення валютних курсів; - військовий конфлікт на території держави

Отже, щоб уникнути можливих загроз, а також розвивати та використовувати власні можливості, підприємству необхідно розробити детальний план подальшого

розвитку організації, який представлений за допомогою матриці планування стратегій (табл. 3).

Таблиця 3. Матриця планування стратегій діяльності ТОВ «САЙМОН ТЕХНОЛОДЖІ»

SO-стратегія	WO-стратегія
1. Розширення участі на ринку комп'ютерної техніки, не підвищуючи значним чином ціни. 2. Розширення участі на ринку імпорту комп'ютерної техніки та сервісного обладнання.	1. Створення спільного підприємства з іноземною фірмою для розширення асортименту продукції. 2. Залучення нових працівників.
ST-стратегія	WT-стратегія
1. Розширення участі на ринку переробки дешевої імпортової комп'ютерної техніки та сервісного обладнання для подальшої реалізації на внутрішньому ринку України.	1. Збільшення частки ринку, на якому здійснюється реалізація товарів. 2. Передивитися умови розрахунків за замовленнями.

Позитивні показники рентабельності підприємства та продукції, запропоновані стратегії ефективної реалізації закордонної продукції при забезпеченні методом пропозиції – співвідношення високоякісного товару й доступної ціни, свідчать про перспективність підприємств даного типу.

Дорогінська В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЕРЕВАГИ ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНОГО ОБ'ЄДНАННЯ
ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ
НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАЦІЇ «ІНТЕРПАЙП»**

На сьогодні в Україні діяльність різноманітних суб'єктів господарювання (підприємств, науково-дослідних і проектно-конструкторських організацій та ін.) супроводжується інтеграційними процесами як на міжнародному рівні, так і на рівні окремих країн і регіонів. В економічній системі України функціонують різноманітні форми і види об'єднань [1]. Відповідно до дослідження Н. П. Сисоліної, «об'єднання – це єдиний виробничо-господарський комплекс взаємозв'язаних підприємств, створений на основі технологічної єдності процесів виробництва, однорідності продукції, що випускається, територіальній компактності об'єднаних суб'єктів господарювання, розвитку спеціалізації, кооперування, комбінування виробництва та централізації управління. Об'єднання будь-яких бізнес-структур здійснюється з метою концентрації фінансових ресурсів, зниження

ступеня господарського ризику з боку учасників, ведення великомасштабного бізнесу, підвищення рентабельності та прибутковості» [2].

У науковій літературі виділяють такі засоби об'єднання: зливання (горизонтальне, вертикальне, конгломератне) та поглинання («помірні засоби поглинання», вороже поглинання) [3].

Аналізу останніх досліджень і публікацій з питань вертикальної інтеграції бізнес-об'єднань присвячені роботи відомих закордонних і вітчизняних науковців: І. Акімової, А. Ігнатюка, Д. Лук'яненко, Р. Коуза, М. Портера та ін. Разом з тим сучасні процеси вертикальної інтеграції впроваджені в крупній міжнародній компанії дають можливість сформулювати перелік переваг позитивного впливу на функціонування такого об'єднання.

Метою цієї публікації є виокремлення факторів підвищення результативності господарської діяльності від вертикальної інтеграції виробничого процесу в сучасних економічних умовах на прикладі корпорації «ІНТЕРПАЙП».

Проаналізувавши виробничий процес міжнародної вертикально-інтегрованої компанії «ІНТЕРПАЙП», яка входить до десятки найбільших виробником безшовних і зварних труб, а також залізничних коліс у світі, нами були визначені переваги вертикальної інтеграції бізнес-об'єднань.

Корпорація «ІНТЕРПАЙП» була утворена в результаті злиття п'яти високотехнологічних заводів під єдиним контролем найважливіших сфер виробництва кінцевого продукту. Така структура дозволяє контролювати якість продукції на всіх етапах виробництва: від заготівлі сировини до поставки готової продукції.

Першою ланкою у виробничому процесі виготовлення продукції є ІНТЕРПАЙП ВТОРМЕТ – головний постачальник сировини металургійного комплексу ІНТЕРПАЙП. Основним споживачем продукції ІНТЕРПАЙП ВТОРМЕТ є новий високотехнологічний електросталеплавильний комплекс ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ.

Другою ланкою у виробничому процесі корпорації ІНТЕРПАЙП є найбільший електросталеплавильний комплекс з виробництва круглої сталеві заготовки у Східній Європі – ІНТЕРПАЙП СТАЛЬ, метою якого є забезпечити трубне і колісне виробництво компанії власної сталеві заготівлею [4].

На третьому етапі виробничого процесу сталеві заготівки поставляється на трубні заводи для виготовлення готової продукції: ІНТЕРПАЙПНІКО ТЬЮБ, ІНТЕРПАЙП НИЖНЬОДНІПРОВСЬКИЙ ТРУБНИЙ ЗАВОД (НТЗ) та ІНТЕРПАЙП НОВОМОСКОВСЬКИЙ ТРУБНИЙ ЗАВОД (НМТЗ) [4].

На нашу думку структура вертикальної інтеграції виробничого процесу для корпорації ІНТЕРПАЙП дає конкурентну перевагу перед не інтегрованими

компаніями та сприяє встановленню конкурентної ціни на готову продукцію. В основному завдяки: 1) централізованому фінансово-економічному управлінню ланцюгами технологічно пов'язаних підприємств у тому числі: зниження ризиків інвестицій і взаємних поставок (ресурсів, сировини, матеріалів); 2) економії трансакційних витрат; 3) зниження виробничих витрат за рахунок розташування на одній території груп організацій, що формують основу виробничого кластеру. Також наявність єдиного центру стратегічного менеджменту та єдиної фінансової та податкової політики дозволяють ефективно управляти та контролювати грошовими потоками й інвестиціями; використовувати єдину інфраструктуру (банківську, телекомунікаційну, збутову, транспортно-логістичну); існує можливість для ротации кадрів, їхнього навчання, перепідготовки, підвищення кваліфікації, стимулювання професійного росту.

Таким чином сьогодні вертикально-інтеграційна структура виробничого процесу корпорації «ІНТЕРПАЙП» надає переваги для розроблення можливих напрямків розвитку підприємства на всіх етапах технологічно-розподільчо-збутового ланцюга. Така інтеграція підвищує ефективність виробництва, сприяє встановленню конкурентної ціни на готову продукцію тощо.

Список використаних джерел:

1. Ганущак-Єфіменко Л. М. Особливості формування інтегрованих бізнес-структур / Л. М. Ганущак-Єфіменко, І. В. Коберник // Економіка та управління підприємством. – 2012. – № 3(129). – С. 154–160.
2. Куц Л. П. Форми і ступені вертикальної інтеграції підприємства / Л. П. Куц // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – № 5(31). – С. 42–46.
3. Сисоліна Н. П. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : навч. посіб. / Н. П. Сисоліна, Г. В. Савеленко, Л. П. Василенко. – Кіровоград : КНТУ, 2015. – 280 с.
4. Офіційний сайт корпорації «ІНТЕРПАЙП»: <http://interpipe.biz>

Ільченко Г. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЛІЗИНГУ

У наші часи багато українських підприємців стискаються з проблемою пошуку та залучення довгострокових інвестицій для розширення виробництва та впровадження нових технологій. В умовах недостатньої розвиненості банківської системи ефективним рішенням може стати лізинг.

Лізинг – це вид фінансової операції, за якої майно, що відноситься до основних засобів (машини, транспорт, виробничі споруди тощо), передається у довгострокове користування (від 6 місяців до кількох років) лізингоодержувачу на умовах терміновості, платності та поворотності. Це такий прийом фінансування та стимулювання збуту, за якого право власності на майно залишається за лізингодавцем. Лізинг поєднує в собі ознаки кредиту та оренди, прокату та розстрочки, завдяки чому виробничий сектор економіки може швидко оновлювати та вдосконалювати технічну базу [1].

Найпоширенішими видами лізингу є фінансовий та оперативний. Зважаючи на такі чинники, як строк, регулярність та сума платежів, мета використання майна тощо, фірми визначають доцільність того чи іншого договору [2].

У Західній Європі лізингові операції стали популярними у 80-х роках XIX століття, а в США – в 50-х роках XX століття. Згодом підприємці почали усвідомлювати переваги лізингу над кредитом (наприклад, спрощення процедури оформлення та податкові переваги), тому до кінця 90-х років XX століття лізингові компанії існували вже у 80 країнах світу.

На сучасному світовому ринку лізингу спостерігається поживлення. Експерти прогнозують збільшення кількості угод до 2021 року на 30%. Така ситуація склалася завдяки ринкам Азії, найбільше – Китаю. Світовими лідерами у 2017 році у сфері лізингу були США (річний обсяг 383,8 млрд доларів США) та Китай (річний обсяг 206,7 млрд доларів США).

Якщо говорити про європейський ринок лізингу, то можна стверджувати, що він становить 32% глобального. Першість на ньому у 2017 році здобули Велика Британія (річний обсяг 81,7 млрд доларів США) та Німеччина (річний обсяг 64,2 млрд доларів США) [3].

Український ринок лізингу утворився приблизно в 1994 році. В подальші декілька років було створено цілу низку законів, які регулювали відносини учасників лізингової угоди. 2003 та 2006 роки – останні рази, коли держава приймала спеціальні правові акти щодо цього питання.

Протягом 2014–2017 років український ринок лізингу переживав кризу. Однак завдяки дослідженню «Лізингова галузь в Україні: тенденції та рекомендації для зростання» стало відомо, що у найближчі три–п'ять років на сферу лізингу чекає злет, а обсяг субсидування українського підприємництва за угодами лізингу може як мінімум зрости у два рази до 2021 року [4].

Експерти вважають, що лізингові операції здатні стати тим знаряддям, яке зможе профінансувати реновацію застарілої технічної бази підприємств та покращення інфраструктури України.

Протягом найближчих п'яти років передбачується зростання масштабів нового бізнесу в три-чотири рази. Причинами цього слугують, по-перше, заощадження підприємств, по-друге, збільшення активності комерційних банків в сфері фінансового лізингу.

Хоча прогнози є оптимістичними, ринок лізингу досі має повільні темпи відновлення через економічну нестабільність минулих років. Так, станом на січень 2018 року кількість лізингових угод в Україні дорівнювала лише 50% від показників 2013 року, а загальна вартість цих угод зменшилася в три рази. Така ж ситуація склалася і з обсягом нового бізнесу: у 2013 році було підписано 11 тисяч договорів на суму 3,9 млрд доларів США в порівнянні з 7,7 тисячами договорів на суму 462 млн доларів США в 2017 році [5].

Станом на листопад 2018 року на українському ринку лізингу лідерами за обсягами лізингового портфеля були такі компанії: ОТП-Лізинг (6821 млн гривень), УЛФ – Фінанс (1596 млн гривень) та Порше лізинг (1376 млн гривень) [6].

Структура українського ринку лізингу дуже подібна до структур ринків інших європейських країн: найбільшим попитом користуються транспортна та сільськогосподарська сфери, однак відмінність у тому, що в Україні дають у лізинг легкові авто, а в Європі – вантажні. Крім цього, велика перспектива для розвитку на цьому ринку є у таких нових сегментах економіки, як ІТ, утилізація відходів, альтернативна та відновлювальна енергетика, медичне обладнання тощо.

На даний період ринок лізингу в Україні за розвитком знаходиться на рівні 90-х років, та існує низка проблем, з якими йому доводиться стискатися:

1. Брак внутрішнього та іноземного інвестування;
2. Обмеженість державного фінансування;
3. Відсутність спеціальних стимулюючих державних програм для малого та середнього підприємництва;
4. Велика кількість компаній з правом лізингу, які такі операції не здійснюють (16 лізингових компаній становлять 70% ринку при тому, що ліцензію на таку діяльність мають близько 500);
5. Необізнаність підприємців про функції та переваги лізингу;
6. Діючі лізингові компанії мають слабкі зв'язки з громадськістю;
7. Застаріла законодавча база.

Останню проблему експерти вважають найсерйознішою, бо більшість гальмуючих для галузі факторів виникають саме через неї. Зараз підприємці сподіваються на ухвалення нового законопроекту «Про фінансовий лізинг» (№6395),

який значно пожвавить ринок та справить грандіозний ефект на всю економіку України, особливо на малий та середній бізнес.

Отже, в українського ринку лізингу є чималі перспективи розвитку, за умови того, що більше підприємців дізнається про переваги лізингу над кредитом, та держава приділить належну увагу до цього сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Лізинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/57-l/4281-lizing.html>
2. Оперативний та фінансовий лізинг: відмінності [Електронний ресурс]. – 7 жовтня 2014. – Режим доступу : <http://kremen.today/2014/10/07/operatyvnyi-ta-finansovyi-lizyng-vidminnosti/>
3. Світле майбутнє фінансового лізингу в Україні [Електронний ресурс]. – 28 вересня 2018. – Режим доступу : <https://minfin.com.ua/ua/2018/09/28/35068426/>
4. Фінансовий лізинг в Україні: поточний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – 27 вересня 2018. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2541156-finansovij-lizing-v-ukraini-potocnij-stan-ta-perspektivi-rozvitku.html>
5. Ринок лізингу нарощує оберти [Електронний ресурс]. – 18 грудня 2018. – Режим доступу : <https://business.ua/finansy/item/4423-rynok-lizynhu-naroshchuie-oberty>
6. Підсумки III кварталу компаній-учасників Асоціації [Електронний ресурс]. – 15 листопада 2018. – Режим доступу : <http://uul.com.ua/2018/pidsumky-iii-kvartalu-kompanij-uchasnykiv-asotsiatsiyi/>

Карпуть М. В., к. і. н. Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В НІДЕРЛАНДАХ

Індустрія туризму і рекреації є важливою галуззю економіки Нідерландів. У 2017 р. частка туризму у ВВП Нідерландів склала понад 4%. Річний оборот туристичної галузі становить 68 млрд євро. Дана галузь забезпечує країні понад 600 тис. робочих місць, що становить 6,2% від загального числа робочих місць в Нідерландах [1]. Сукупність історичних, культурних, кліматичних особливостей держави, а також розвинена дорожня мережа, готельна інфраструктура, налагоджена високоякісна індустрія розваг, наявність постійного підвищеного інтересу до країни з боку іноземних туристів створюють умови для подальшого розвитку туризму.

Одним з основних напрямків розвитку галузі є розширення внутрішнього туризму. У 2017 р. жителі Нідерландів придбали більш 17 млн туристичних путівок для проведення відпочинку в своїй країні, що на 2% більше за порівняно з показником 2016 р. [2]. Особливу роль у збільшенні туристичного потоку грає

транспортна інфраструктура Нідерландів, яка є однією з найбільш розвинених в Європі і включає в себе сучасний морський і річковий транспорт, паромне сполучення між островами, високоякісну автодорожню мережу, а також сучасний і швидкісний залізничний транспорт. Міжнародний аеропорт «Схіпхол» є одним з основних транспортних хабів в Європі. Основні напрямки політики Нідерландів в сфері туризму встановлюються Міністерством економіки Нідерландів спільно з Нідерландським Бюро по туризму та конгресів (NBTC). Національне законодавство Нідерландів в галузі туризму відповідає правовим нормам ЄС. Основоположними нормативно-правовими документами, що регламентують туристичну діяльність в ЄС, є Директива ЄС 90/314 / ЕЕС про подорожі, відпустки і турах, Директива ЄС2006/123 / ЕУ про послуги на внутрішньому ринку[1].

В умовах зростання конкуренції на європейському туристичному ринку голландський уряд вживає додаткові заходи по стимулюванню національного сектора туристичних послуг та просуванню голландських провінцій як туристичних напрямків. Зокрема у жовтні 2013 р. було анонсовано створення топ-сектора «Індустрія гостинності» і запуск програми «Vinden, Verrassen, Verbinden» («Знаходити, дивувати, об'єднувати») [1]. Робота топ-сектора будується на базі національної моделі «Золотого трикутника», що представляє собою співробітництво підприємців в області турбізнесу, інвестиційних фондів, освітніх центрів і профільних державних структур.

У плані дій топ-сектора вказані основні стратегічні напрямки розвитку індустрії гостинності, конкурентні переваги, викладені основні цілі, описані заходи державної підтримки, фінансові механізми і система внутрішньої взаємодії [3]. До основних цілей галузі віднесені: підвищення якості послуг і розвиток високого рівня гостинності; посилення конкуренції в секторі і забезпечення стабільності цінової політики; поліпшення бізнес-клімату; скорочення бюрократії, зменшення адміністративних бар'єрів; впровадження інновацій та екологічно чистих технологій в туристичну інфраструктуру; залучення фінансового капіталу в розвиток галузі; інтернаціоналізація галузі; оснащення туристичних напрямків сучасними ІТ-технологіями; лобіювання створення привабливих програм кредитування турбізнесу; розвиток людського капіталу та підготовка кадрів у сфері туризму[2]. У відповідності з цими основними напрямами туристичний бізнес Нідерландів активно взаємодіє з іншими секторами економіки в рамках запровадження наступних інноваційних проектів:

1. Стимулювання підприємницької активності місцевого населення в сфері туризму шляхом інформування про можливості бізнесу в сфері туризму.

2. Вивчення провідних туристичних центрів країни, порівняння з зарубіжними аналогами з метою визначення сильних і слабких сторін.

3. Розробка довгострокової програми проведення великомасштабних розважальних заходів і святкувань з метою залучення туристів.

4. Використання в туризмі бізнес-моделі «Нідерланди – країна з води».

5. Розширення туристичної інфраструктури (відкриття нових готелів, ресторанів, спа-центрів, розважальних парків і туристичних маршрутів).

6. Активізація рекламної компанії провінцій і міст на рівні світових ЗМІ і поліпшення маркетингової політики.

7. Стимулювання внутрішнього туризму в рамках програми Holland City.

8. Розвиток національних парків, інфраструктури прибережних зон, облаштування туристських маршрутів, екологічних стежок, кемпінгів і т.д.

9. Розвиток бізнес-туризму (відвідування музеїв або історичних місць).

10. Просування онлайн-платформи Ontmoet NL (бронювання відпочинку) [1].

Як висновок слід відзначити, що важливим вектором розвитку підприємств туризму в Нідерландах може стати вдале використання рекреаційного потенціалу регіонів. Особливу увагу приділено підвищенню ефективності маркетингу та стимулюванню внутрішнього туризму. Сфера туризму в Нідерландах має суттєвий потенціал розвитку та завдяки своїй доступності та гнучкості може стати важелем інноваційного розвитку для туристичних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку внутрішнього і в'їзного туризму Нідерландів / Аналітичний вісник № 47 (646) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://council.gov./media/files/m7qn.pdf>
2. Туризм в Нідерландах: країна мостів і вільної моралі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourism-book.com/earth/article-nidierlandy-strana-mostov-i-svobodnykh-nravov>
3. Сливенко В. А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств [Електронний ресурс] / В. А. Сливенко, А. О. Єрмакова // Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
4. Гринько Т. В. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки». – 2015. – №1 (163). – С. 145–154.

К. фіз.-мат. н. Катан В. О., Швайко В. М., Шаповалова Н. І.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)
**ПРОСТОРОВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

Успіхи науково-технічного прогресу та глобалізація значно підвищили роль просторової складової економічної діяльності, але одночасно суттєво ускладнили традиційні зв'язки між економічним простором та економічною територією країни, зокрема, завдяки зростаючій віртуалізації економічного життя та значному відокремленню фінансового сектора економіки. Окрім того, загострення на сучасному етапі розвитку боротьби за ресурси актуалізувало значимість адміністративної визначеності території з наявними на ній економічними ресурсами, як однієї з найважливіших ознак сталості та цілісності національно відокремленої економічної системи.

Тому основним завданням даного дослідження є спроба залучити до соціально-економічного аналізу територіального розвитку підприємництва методи досліджень, що використовуються економічною географією.

Сучасна економічна географія, що виникла на основі розвитку «нової» теорії міжнародної торгівлі – комбінує ідеї традиційної регіональної та міської економіки з підходом загальної економічної рівноваги, характерним для традиційної економічної теорії. Економічна географія шукає мікроекономічні підстави, які спонукають людей і фактори виробництва розміщуватися в просторі тим чи іншим чином, описує взаємодію сил дисперсії і агломерації, що і породжує просторову неоднорідність розвитку як підприємництва, так і економіки в цілому[2].

Аналізуючи просторову диференціацію розвитку підприємництва на території України (рис. 1), варто мати на увазі такий економіко-географічний підхід, як «Центр – Периферія». На нашу думку, цей підхід є актуальним при дослідженні динаміки просторової організації підприємництва та економіки нашої держави в цілому. Така дво полюсна організація є типовою для країн з домінуванням ролі столиці по відношенню до інших регіонів. Свого часу це було властивим для СРСР і до цього часу має місце в Україні.

Для нашої держави є характерною висока концентрація підприємств (85163) у місті Києві, та з великим відривом від столичного економічного ядра у Дніпропетровській (27892), Одеській (24023) та Харківській (22597) областях, що є економічними ядрами розвитку підприємництва в Україні. Це пов'язано

з концентрацією у даних адміністративних центрах основних фінансових ресурсів, банків та професійних учасників фондового ринку України.

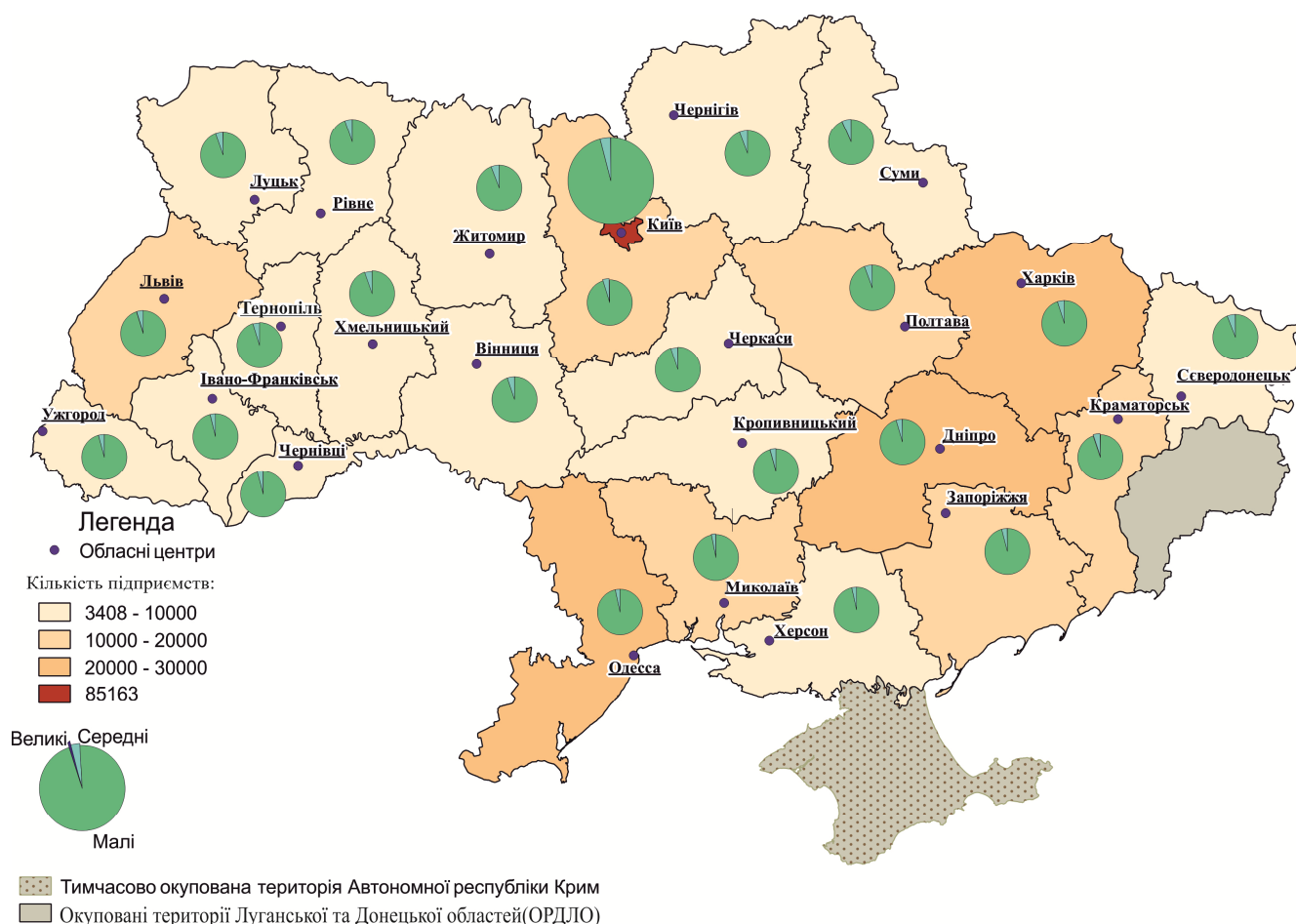


Рис.1. Просторова диференціація підприємництва в Україні
(складено автором на основі [1])

Найбільш розповсюдженою формою здійснення підприємницької діяльності на території України є мале підприємництво (рис. 2). Це пояснюється тим, що гнучкість, швидкість реакції на зміни в ринкових умовах, відсутність жорсткої регламентації праці, можливість прояву ініціативи і розумного ризику, притаманні малому бізнесу, приваблюють приватного підприємця.

Малий бізнес являє собою не тільки привабливу форму організації підприємницької діяльності, але виступає як невід'ємна складова ринкової економіки, що сприяє розвитку окремих територій (регіонів) держави.

Важливо відмітити, що Україна є сукупністю дуже неоднорідних територій, кожна з яких має неповторні, притаманні тільки їй риси та характеристики, ментальні особливості.



Рис.2. Кількісна диференціація підприємництва в Україні (у %)
(складено автором на основі [1])

Тому обґрунтування особливостей розвитку малого підприємництва та розробка відповідних державних програм його регулювання потребує регіонального (просторового) підходу до оцінки функціонування малого бізнесу, що базуватиметься на використанні певних методологічних прийомів та аналізу впливу підприємницької діяльності на економічну, соціальну, наукову сфери, для забезпечення подальшого сталого економічного зростання нашої країни на основі мобілізації й ефективного використання всього комплексу ресурсів малого підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Кожонкіна К. О. Теоретичні аспекти соціально-економічного розвитку територій / К. О. Кожонкіна. – Х.: Науково-технічний збірник, 2012. – №102. – С. 308–313.

Д. е. н. Гринько Т. В., Клименко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкових відносин та посилення конкуренції перед підприємствами стала проблема вибору напрямку розвитку з метою забезпечення стабільного положення на ринку у мінливих умовах. Тобто, для підприємств стає недостатнім формування лише тактичних і оперативних планів. Виникає

потреба формування довгострокового бачення, визначення загальної мети та засобів її досягнення. Керівникам необхідно формувати стратегію підприємства, в рамках якої проходила б уся його діяльність та яка б забезпечувала стабільний розвиток протягом довгого часу.

Стратегічні зміни на підприємстві можуть бути викликані змінами на ринку або змінами орієнтирів самого підприємства. Таким чином, розрізняють часткові (у будь-яких сферах підприємства у випадку переорієнтації його діяльності), локальні (у певній сфері у випадку, коли загалом діяльність підприємства не змінюється) та радикальні (фундаментальні зміни управління та діяльності підприємства) зміни.

Залежно від рівня реалізації, стратегії поділяються на корпоративні, конкурентні та функціональні стратегії. Маркетингова стратегія підприємства за своєю суттю відноситься до функціональних стратегій та розробляється окремим відділом підприємства. Проте, вона об'єднує усі рівні управління на підприємстві.

Маркетингова стратегія – це напрямок дій, що передбачає просування товару на ринку та забезпечення його маркетингової конкурентоспроможності на основі аналізу ринку та виявлення його потреб. Тобто завданням маркетингової стратегії є спрямування діяльності на ринку та прийняття рішень таким чином, щоб вони відповідали корпоративній стратегії. При цьому, якісна маркетингова стратегія має передбачати таку реакцію підприємства на чинники зовнішнього середовища, щоб його позиція на ринку залишалася якомога стабільнішою.

В залежності від цілей, що ставить перед собою підприємство, маркетингові стратегії класифікуються так, як показано на рис. 1.



Рис. 1. Класифікація маркетингових стратегій

Стратегія концентрованого зростання має на меті збільшення частки на ринку шляхом розвитку (модернізації) існуючого товару, виходу на новий ринок або приваблення споживачів, що раніше надавали перевагу товарам

конкурентів. Стратегії інтегрованого зростання націлені на розширення структури бізнесу та може бути спрямована «вперед» (через вплив на споживачів) або «назад» (через набуття контролю над постачальниками, дочірніми підприємствами, тощо. У разі, коли бізнес неспроможний далі розвиватися у своєму сегменті, доцільно застосовувати стратегії диверсифікації, які передбачають виведення на ринок нового товару, у виробництві якого використовуються існуючі ресурси та обладнання; виводу на ринок абсолютно нового товару, не пов'язаного із попереднім; виведення на існуючий ринок схожого товару на попередній, але з новими якісними характеристиками. Стратегії скорочення застосовуються у разі зниження показників діяльності підприємства після довгострокового періоду зростання. Залежно від положення підприємства та стадії життєвого циклу, можуть прийматися стратегії економії ресурсів, «збирання врожаю», скорочення діяльності (вихід з певних сегментів ринку) або ліквідацію підприємства.

Першим етапом розробки маркетингової стратегії є аналіз зовнішньої середовища підприємства: політичної, економічної, соціальної, правової та інших сфер. Далі необхідно вивчити внутрішню середовища компанії: рівень технологічного рівня виробництва, кваліфікація кадрів, наявні ресурси, сильні та слабкі сторони, а також перспективи та загрози розвитку підприємства.

За результатами аналізу, розробляється загальна стратегія маркетингу, що йде в узгодженні із корпоративною стратегією підприємства. Наступним етапом є вивчення конкурентного середовища та оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку. На основі цього керівництво розробляє окремі елементи маркетингової стратегії: стратегії ціноутворення, просування, позиціонування тощо.

Незалежно від сфери діяльності маркетингова стратегія на підприємстві відіграє дуже важливу роль. Зокрема, якісна маркетингова стратегія дозволяє підприємству адекватно та якісно реагувати на зміни зовнішньої середовища. Така особливість підприємства є актуальною та важливою в умовах розвитку ринкових відносин, посилення конкуренції та бажання фірм забезпечити стабільне довгострокове зростання та розвиток.

Маркетингова стратегія є важливою складовою управлінської діяльності підприємства, особливо в умовах розвитку ринкових відносин та посилення конкуренції і боротьби за споживача. Вона прямо пов'язана із позиціонуванням підприємства та товару, що воно виробляє, на ринку.

Виходячи з цього, чим більш продуманою та обґрунтованою є маркетингова стратегія на підприємстві, тим більш стабільним може бути його положення на ринку.

Враховуючи усе вищесказане, підприємству, що функціонує на конкурентному ринку доцільно виділяти у організаційній структурі підприємства маркетинговий відділ, діяльність якого буде спрямована на аналіз поточної ринкової ситуації, формування обґрунтованої загальної маркетингової стратегії та поточних завдань для її реалізації, а також постійний контроль їх виконання. У разі зміни середовища, в якому функціонує ринок, або інших чинників маркетинговий відділ має бути спроможним якомога швидше зреагувати на них та відкоригувати стратегію. Керівник маркетингового відділу має безпосередньо відповідати за реалізацію стратегії та досягнення поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Захарін С. В. Економічна диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства / С. В. Захарін // Вісник КНУТД. Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2012. – № 1. – С. 139–145.
2. Попова Н. В. Розробка стратегії розвитку підприємства / Н. В. Попова Н. М. Белєвцова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 359–363.
3. Pastukhova V.(2006), «Development of the theory and practice of strategic management in Ukraine», Visnyk KNTEU, vol.2, pp.10-15.
4. Гринько Т. В. Інтернет-технології як інструмент маркетингової діяльності підприємства/ Т. В. Гринько, А. М. Стрепетова // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. – Дніпро: Біла К.О., 2018. – С. 69–72.
5. Волошина Ю. Є. Особливості маркетингової стратегії ТОВ АТБ–маркет та шляхи її вдосконалення/ Ю. Є. Волошина, Р. М. Рудих, І. В. Тімар // Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємництва та фінансово-економічного потенціалу регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: у 2 ч. (м. Запоріжжя, 11 листопада 2016 року). – Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2016. – Ч. 1. – С. 155–157.

Д. е. н. Колосов А. М., Каменюка І. Ю.

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ НАБЛИЖЕННЯ УМОВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ

В Україні створені всі необхідні умови розвитку підприємництва, зокрема, підприємств малого бізнесу, для якого визначено можливість вибору одного з двох режимів їхнього оподаткування: загального порядку або спрощеної системи оподаткування. Підприємствам малого бізнесу надані права ведення чи, навпаки, відмови від реєстраторів розрахункових операцій (РРО), а також

визирати систему оподаткування за єдиним податком (ЄП), як альтернативи загальній системі оподаткування. Але в цілому законодавче забезпечення розвитку підприємництва в Україні все ж знаходиться на етапі формування. Найбільш суттєвим недоліком є відсутність єдиної державної політики підтримки підприємництва, відповідної нормативно-правової бази та дієвого механізму реалізації такої політики. У порівнянні з провідними країнами заходи з державної підтримки підприємництва в Україні, особливо, у формі малих і середніх підприємств (МСП) неспівставні з добутками інших країн, що демонструють приведені в табл. 1 дані стосовно підтримки підприємств малого і середнього бізнесу в провідних країнах (у млрд. доларів США) [1].

Таблиця 1. Підтримка підприємств малого і середнього бізнесу в провідних країнах (у млрд доларів США)

Заходи	США	Канада	Японія	Німеччина	Франція	Італія	Великобританія
Підтримка інфраструктури	0,8	0,45	1,64	1,8	1,5	5,05	1,37
Сума кредитів	21,6	22,8	39,9	61,9	9,2	15,2	6,3
Сума гарантій	1,67	3,36	від/д	від/д	4,7	від/д	6,3

У табл. 2 покажемо інфраструктуру послуг, що надаються для МСП у провідних країнах світу.

Таблиця 2 . Інфраструктура послуг для МСП у провідних країнах світу

Заходи	США	Канада	Японія	Німеччина	Франція	Італія	Великобританія
Центри розвитку МСП	1100	521	313	374	600	1200	450
Інформаційні центри	1100	521	13	33	34	50	45
Бізнес-інкубатори	330	186	11	182	216	26	471
Центри просування експорту	20	45	мережа	мережа	26	123	60
Соціальні центри	118	41	186	90	41	–	98

Найбільш популярною мірою державної підтримки малого і середнього підприємництва практично в усіх країнах є надання їм державних гарантій по кредитах, оскільки більшість країн мають відповідні державні гарантійні програми. У Канаді, наприклад, позики й кредитування передбачені для мікрофірм, чисельність персоналу яких не перевищує 10 чоловік. Кредитно-банківська система Сінгапуру, що об'єднує близько 700 різних фінансових організацій, спрямована на обслуговування малого і середнього бізнесу, у Республіці Корея питаннями регулювання малого бізнесу займається 15 організацій, більшість з яких урядові [1].

Наявні дані вказують на визнання фундаментальної ролі малих і середніх підприємств (МСП) у соціально-економічному житті багатьох країн. Недоліком діючої в Україні системи регулювання підприємництва є те, що законодавчо встановлено параметри суб'єктів мікропідприємництва, малого бізнесу і великих підприємств. Статус же середніх підприємств є невизначеним, а віднесення до нього підприємницьких суб'єктів в Україні здійснюється за остатнім принципом, тобто, до середніх відносяться такі, що не підходять під ознаки мікро-, малих або великих підприємств. Тоді як в інших країнах статус середніх підприємств визначений чіткими ознаками, що приведені в табл. 3 на прикладі Польщі, які цілком відображають загальний підхід країн-членів ЄС і відповідають Директивам Європейської комісії [1].

Таблиця 3. Класифікація підприємств МСБ за визначенням Європейської комісії

Тип підприємства	Кількість працівників		Річний оборот в млн євро		Річний баланс в млн євро
Мікропідприємство	Менше 10	та	Менше 2	або	Менше 2
Мале підприємство	Менше 50	та	Менше 10	або	Менше 10
Середнє підприємство	Менше 250	та	Менше 50	або	Менше 43

Поки що база оподаткування діяльності малого бізнесу в Україні залишається більшою, ніж в провідних країнах, хоча й державою здійснено різке зменшення ставка єдиного соціального внеску – 22%, що створює нижче фіскальне навантаження на оплату праці, навіть, ніж у європейських країнах [2].

Але адміністрування податку на додану вартість (ПДВ) зберігається таким, що кожне підприємство сплачує частку ПДВ у вигляді податкового кредиту ще на самому початку власного виробничого процесу – при закупівлі сировини та інших закупівельних матеріалів, що погіршує фінансовий стан підприємця з самого початку виробничого процесу. Також, не всі витрати підприємця за діючим порядком відносяться до собівартості, через що частка доходу, що підлягає оподаткуванню, збільшується. За цих умов українські підприємці поступово переміщують свій бізнес до західних країн, де до складу витрат, що здійснив підприємець за звітний період, відносять всі витрати, навіть, пов'язані із влаштуванням офісу, або придбанням автомобіля та ін. Таким чином, долучення України до загально прийнятих правил ведення підприємництва в світовому просторі залишається актуальною проблемою для її вирішення в Україні.

Список використаних джерел:

1. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України / Г. Ф. Толмачова, В. І. Ляшенко, Г. В. Колеснікова // Економічний вісник Донбасу. – 2017. – № 1 (47). – С. 157–185.

2. Колосов А. М. Методологічний ланцюг інструментів соціально-економічного зростання в Україні / А. М. Колосов // Часопис економічних реформ. – 2013. – № 1 (9). – С. 96–102.

Косенко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕБЛЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ситуація на меблевому ринку України у 2019 році може бути охарактеризована як «умови невизначеності», оскільки виявити певну циклічність об'єктивного характеру, притаманну розвитку цього сегменту ринку майже неможливо. Так, 2014–2015 роки стали одними з найскладніших для місцевих виробників внаслідок втрати 20% ринку збуту через політичну ситуацію в країні, але цьому передувало значний ріст за 2004–2009 роки, зумовлений у числі інших й інфляційними очікуваннями споживачів. Це свідчить про необхідність удосконалення управління ефективністю діяльності виробників для запобігання негативного впливу невизначеності ринкового середовища.

Останні роки для меблевого бізнесу є часом переосмислення виробництва. Через зростання валютного курсу українці змушені відмовлятися від імпортованих товарів, віддавши перевагу вітчизняним, тим самим підвищивши шанси місцевого виробника до зростання після кризи, що створює певні передумови для забезпечення ефективності функціонування вітчизняних виробників.

Українські споживачі керуються деякими параметрами вибору меблів: європейські – асоціюються з високою якістю та вишуканим дизайном, українські – з низькою, відсутністю дизайну, але конкурентоспроможними цінами. Побажання споживачів та їхня оцінка якості еволюціонують, а виробники поступово наближають свою продукцію до «європейського рівня» щоб стабільно бути конкурентоспроможними та закріпити своє ім'я на ринку.

Сума отриманого прибутку та рівень рентабельності – основні показники, що визначають економічну ефективність діяльності підприємства. Прибуток означає ефективність та зростання фінансових ресурсів, коли збиток свідчить про неефективне господарювання та ресурсні втрати. Чим вищий прибуток та рівень рентабельності, тим ефективніше функціонує підприємство, та стійкішим є його фінансовий стан [1].

Реалізація ефективної діяльності здійснюється на основі правильної розробки стратегії розвитку, при якій підприємство повинне дотримуватись:

- ведення контролю за витратами та результатами господарської діяльності, виявлення слабких сторін виробництва та зменшення витрат;

- вивчення споживачів та конкурентів, тенденцій розвитку меблевого ринку, причин, які впливають на вибір споживачами того чи іншого виробника, шляхів досягнення тих самих методів приваблення клієнтів та рішення конкурентів;

- розроблення системи заходів вивчення всієї продукції, що реалізується підприємством, з точки зору забезпечення її якості та різноманітності, ціни на основі конкурентного аналізу ринку із встановленням привабливих знижок та обґрунтованих надбавок, що дозволять підприємству стабільно отримувати прибуток, розвиватись та приваблювати клієнтів, та реалізувати продукцію на ринку шляхом забезпечення діяльності з формування позитивного іміджу компанії та надійного вигляду в очах споживачів, які впевнені, що саме з якістю обраного підприємства їх меблі прослужать не один рік;

- виявлення рентабельності продажів за основними видами продукції, з'ясування можливості збільшення продажів найбільш ліквідних товарів та зменшення найменш рентабельних;

- продаж запасів, використання яких не планується у найближчий час і відсутність закупівлі нових;

- раціональне використання площ меблевого комбінату – залучення порожніх та не відремонтованих або здача їх в оренду під складські приміщення, тобто забезпечення максимального їх використання;

- продовження розширення асортиментної політики для забезпечення повністю потреб споживачів, створення лінійки більш дорогого та дешевого товару для споживачів, що розраховують на різноманітну вартість;

- зниження чисельності адміністративного персоналу для зменшення розмірів фонду оплати праці, а через модернізацію виробничих площ зменшиться й подальша кількість виробничого персоналу, що допоможе забезпечити стабільне збільшення прибутку через зменшення витрат;

- встановлення енергозберігаючих технологій для зменшення витрат, понесених на комунальні послуги та для забезпечення більш плавної адаптації до росту їх вартості;

- забезпечення стабільно позитивного іміджу компанії, затишності фірмових магазинів та інтернет-магазину через набуття популярності у населення України

онлайн-шопінгу – це дозволить збільшити обсяг продажів та закріпити в очах споживачів стабільну привабливість;

– впровадження нової техніки або її вдосконалення, що призведе до інтенсивнішого використання виробничих ресурсів, покращення технології і організації, за яких рівень собівартості виробництва знизиться і змінить політику ціноутворення підприємства;

– більш раціональне використання ресурсів – зменшення відходів виробництва та відсотку браку;

– забезпечення себе передоплатою клієнтів при виготовленні меблів під замовлення – хоча б за вартість матеріалів чи якусь страхову суму, яка зможе покрити збитки, понесені при відмові клієнта від товару [2].

За дотримання всіх рекомендацій підприємства меблевого ринку зможуть стабільно отримувати прибуток та з кожним роком покращувати показники економічної діяльності через мінімізацію та раціоналізацію витрат, підвищення продуктивності праці, формування привабливого іміджу та вдосконалення асортименту.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Наукові підходи до оцінки ефективності діяльності суб'єктів підприємництва / Т. В. Гринько, Д. Д. Головка // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». – 2018. – №11. – С. 51–57.
2. Наконечна А. Виробництво та реалізація меблів в Україні / А. Наконечна // Товари і ринки. – 2011. – №1. – С. 82–90.

К. е. н. Михайленко О. Г., Гордієнко О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НОВА ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

У сучасному світі широко використовується модель лінійної економіки, яку дотримувались, до недавнього часу, майже усі уряди країн та яку брали за основу усі підприємства. Лінійна економічна модель означає, що природні ресурси видобуваються, переробляються, споживаються і викидаються на звалище. Це робить природне багатство кожної країни біднішим, а через те, що всі споживачі сьогодні належать до суспільства споживання, тобто до суспільства, яке використовує товари не за дійсними потребами, а для того щоб спожити якомога більше товарів, виробники повинні нарощувати обсяги свого виробництва,

тобто видобувати все більше ресурсів та залишати все більше сміття. Очевидно, що така економічна модель не може існувати вічно, а планета вже сьогодні не може оговтатись від катастрофічних наслідків, спровокованих такою поведінкою виробників і споживачів. Питання вибору альтернативної економічної моделі стає все дедалі гострішим. У 1966 р. Кеннетом Е. Боулдінгом було запропоновано застосування альтернативної моделі – моделі циркулярної економіки, яка відображена на рис. 1.

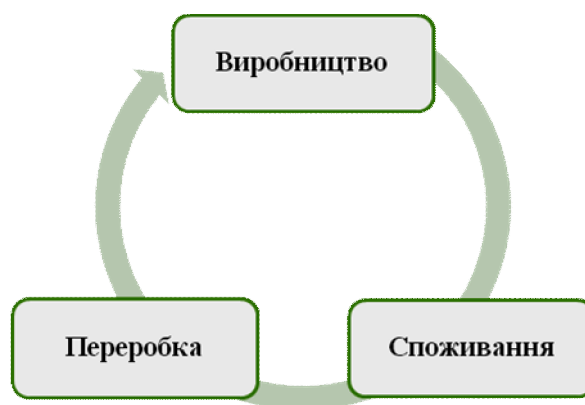


Рис. 1. Циркулярна економічна модель

Циркулярна економіка відрізняється тим, що не передбачає створення відходів, що не піддаються переробці, а отже не створюється сміття і ресурси, які потрапляють в економічну систему, постійно обертаються в ній. Такий цикл нагадує біологічний природний цикл, коли кінець одних ресурсів означає появу і розвиток інших. В такій економічній моделі, споживання відбувається на прикладі основних біологічних циклів, де харчові продукти та матеріали біологічного походження (наприклад, бавовна або деревина) призначені для зворотної подачі в систему через процеси компостування та анаеробного перетравлення. Технічні цикли мають постійно відновлювати продукти, компоненти, матеріали, забезпечуючи це шляхом повторного використання, переробки, ремонту, або у крайньому випадку – утилізації [1].

Два основних драйвери, що зрушують процеси переходу до нової економічної моделі – відповідна державна політика та впровадження «зелених» технологій та інновацій у виробничий цикл підприємств. Лідерами з такого руху є країни ЄС, які за допомогою державного регулювання стимулюють підприємства ставати на «зелений» шлях. Найглобальнішим прикладом є виникнення промислового симбіозу. Промисловий симбіоз – це використання однією компанією або сектором відходів або інших побічних продуктів іншої компанії,

включаючи енергію, воду, логістику та матеріали тощо. Наприклад, це може бути використання продовольчих відходів сектора громадського харчування, для годування сільськогосподарських тварин або використання нетоксичних промислових відходів для виробництва енергії шляхом спалення [2].

«Піонером» з промислового симбіозу стала Великобританія, одна з національних компаній, яка виробляє кондиціонери для автомобілів та системи охолодження двигунів, виробляє небезпечні відходи на основі фтористого калію, які, в свою чергу, використовує інша національна компанія, для переробки алюмінію. Завдяки цієї домовленості, шкідливі відходи скорочуються на 15 т на рік, а витрати на утилізацію відходів зменшуються на 30 000 фунтів стерлінгів (36 000 євро). У рамках промислового симбіозу, виникають екопромислові парки. Екопромисловий парк – промисловий парк, в якому підприємства співпрацюють один з одним і з місцевим населенням з метою скорочення кількості відходів та забруднення навколишнього середовища, ефективного спільного використання ресурсів (інформації, матеріалів, енергії, інфраструктури, природних ресурсів), а також досягнення сталого розвитку для підвищення економічної ефективності і поліпшення якості навколишнього середовища. Працюючи разом, виробники сподіваються отримати колективний ефект, що перевищує той, який вони мали б окремо. Найбільш відомим парком є Калундборг (Kalundborg) у Данії. Основою цього промислового симбіозу є чотири ключові галузі промисловості міста – електростанція Asnaes, нафтоочисний завод Statoil, фармацевтична компанія Novo Nordisk і виробник гіпсокартону Gyproc, які в сукупності зі споживачами в межах муніципалітету торгують відходами та енергетичними ресурсами, а також перетворюють побічні продукти в сировину. Компанії, що знаходяться за межами муніципалітету, також беруть участь у цих процесах. Розвиток такого симбіозу обумовлений тим, що підприємства отримують економічну вигоду від своїх побічних продуктів і мінімізують витрати, пов'язані з дотриманням жорстких екологічних норм. Центром цього симбіозу є найбільша в Данії електростанція Asnaes. Основними досягненнями Калундборга є скорочення споживання ресурсів і значне зниження антропогенного навантаження. Обмін відходами включає близько 2,9 млн т матеріалів на рік; колективне споживання води скоротилося на 25%, зокрема, електростанція скоротила попит на воду на 60% за рахунок її повторного використання [3].

До нових тенденцій розвитку підприємництва у ЄС швидко пристосовуються різні стартапи, які, відповідно, є більш гнучкими ринковими одиницями. Прикладом такої практики є стартап ResQClub. Його мета – не дати якісній їжі

та продуктам стати відходами. Завантажуючи мобільний додаток, користувач буде отримувати повідомлення з місцевих ресторанів, які вже збираються викинути їжу. Користувач буде мати змогу придбати страви з ресторану, які планується утилізувати, за нижчою ціною [4]. Більшість стартапів фокусується на вирішенні проблем енергоефективності. Наприклад, Valtavalo забезпечує своїх клієнтів енергоефективними освітлювальними рішеннями. Інша фірма, яка працює в цій сфері – Savosolar – фінська компанія, яка виробляє найефективніші у світі сонячні теплові колектори. Україна також поступово залучається до розвитку «зеленого» підприємництва. Наприклад, мережа хімчисток КИМС з листопада 2018 року вирішила переробляти поліетиленові пакети. Компанія пропонує своїм клієнтам в обмін на їх поліетиленові пакети знижку по всій мережі [5].

Отже, сьогодні можна казати про нові «зелені» тенденції розвитку підприємництва. Поступово усі країни світу залучаються до такого руху. Європейський Союз, як лідер у цьому напрямку, вже демонструє ефективні маленькі проекти, та дуже корисні і вражаючі глобальні проекти, як наприклад промисловий симбіоз. Це свідчить про зростання кооперації у підприємницькій діяльності та перебудову економічної системи в цілому.

Список використаних джерел:

1. What is a circular economy [Electronic resource]. – Режим доступу: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept>
2. Industrial symbiosis: realizing the circular economy [Electronic resource]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/environment/ecoap/about-eco-innovation/experts-interviews/20140127_industrial-symbiosis-realising-the-circular-economy_en
3. Екопромислові парки як інструмент системи управління відходами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_18/OLEKSIY_V_POLOVYAN_MARINA_G_KAZAKOVAEco_Industrial_Parks_as_a_Tool_of_Waste_Management_System.pdf
4. ResQ Club [Electronic resource]. – Режим доступу: <https://www.resq-club.com/en/>
5. КИМС – Хімчистка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kims.com.ua/ru#main>

Нековаль Д. С., Тімар І. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сільський зелений туризм це вид довго-, короткострокового або одноденного дозвілля у замиській місцевості в приватних домогосподарствах, у яких створено необхідні умови для відпочинку характерні для сільської місцевості, передбачає добровільну участь у сільгоспроботах, вживання натуральних продуктів, спостереження або «участь у побуті, традиціях, релігійних обрядах краю, ознайомлення з природно-архітектурними, культурно-історичними пам'ятками місцевості, носить елементи оздоровлення, релаксації та культурно-пізнавального насичення» [1].

Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму свідчить, що цей вид діяльності сприяє збереженню культурних традицій сільської місцевості, підвищенню рівня життя мешканців сіл та замиських територій через створення додаткових робочих місць, підвищення доходів сільського населення, розвиток інфраструктури, тощо. Тому в країнах Європи з 70-х років минулого століття започатковано програми підтримки розвитку цього виду туристичної діяльності.

Розповсюдженою є думка, що сільський зелений туризм – це особливий вид туристичної діяльності, але, доречно розглядати цей вид діяльності як продовження сільськогосподарської діяльності домашніх господарств на селі. Сімейне господарювання в сільській місцевості є важливим сегментом ринкової економіки, якому не просто виживати тільки за рахунок сільськогосподарської діяльності. Тому в розвинених державах, за допомогою різних економічних важелів, їм надається допомога для диверсифікації власної діяльності для збільшення доходів. Тож, сільський зелений туризм є не стільки туристичною діяльністю, а скільки наданням послуг гостинності у сільській місцевості.

Наша країна має потужний потенціал розвитку сільського зеленого туризму завдяки природним характеристикам територій, значній частці самозайнятих осіб у складі сільського населення, яскравим національним традиціям, які донині збережені на селі. Зелений туризм є досить прибутковою галуззю економіки. Саме така діяльність відіграє важливу роль серед факторів соціального і культурного розвитку, підтримання високого рівня і якості життя населення в країні. В Україні розвиток сільського туризму розпочався відносно нещодавно, в 1996 р., але досить швидко набирає популярності, адже таким чином скорочується рівень безробіття серед сільського населення, залучаючи його до виробничої

сфери і сфери послуг. Зелений туризм є пріоритетним напрямом відродження і розвитку українського села, адже ця діяльність не виснажує наявні природні ресурси та підвищує рівень життя місцевого населення, регулюючи при цьому економічний рівень розвитку регіонів [2]. Зелений туризм характеризується своєю різноманітністю. Він передбачає екскурсійні маршрути по визначним місцям, ознайомлення з культурою, традиціями і ремеслами даної місцевості, відвідування історичних пам'яток та ін.

Біля 15% території України займають зони для відпочинку, а саме : гірські, приморські ландшафти, заповідники, національні і регіональні парки, придніпровські зони з чистими ріками й повітрям, з сотнями церков, музеїв і архітектурних пам'яток. Україна має досить великий туристично-рекреаційний потенціал.

Але, перспективи розвитку сільського зеленого туризму на всій території України ускладнюють декілька факторів, а саме:

- низький рівень популяризації сільського зеленого туризму в нашій країні як серед внутрішніх, так і серед зовнішніх туристів;

- недосконала нормативно-законодавча база та брак «методичної, організаційної, інформаційної і матеріальної підтримки сільського населення з боку держави» [1];

- недостатня інноваційна активність та недостатність наукових досліджень проблем розвитку нових видів туризму, зокрема сільського, що гальмує створення перспективних оригінальних туристичних продуктів, які б сприяли збереженню навколишнього природного середовища, та культурної спадщини, патріотичному вихованню, пропаганді здорового способу життя, зміцненню міжнародного авторитету України як туристичної держави.

Підводячи підсумки всього вищезгаданого, можна дійти висновків, що сільський зелений туризм є найперспективнішим напрямком аграрного сектору економіки України і серйозним фундаментом для розвитку малого і середнього бізнесу в селі, але за умов підтримки з боку держави, зокрема в частини вдосконалення нормативно-законодавчої бази.

Список використаних джерел:

1. Шпеник Т. К. Ключові терміни сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1MHDVuql4Sr58LS7w5rS-aMW0x1A0pfHC/view>
2. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В. І. Биркович / Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2011. – № 1(6). – С. 140.
3. Тімар І. В. Проблеми конкурентоспроможності підприємств сфери рекреаційних послуг / І. В. Тімар // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції

- «Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку». – Т. 4. Конкурентоспроможність, конкурентні переваги та економічний розвиток підприємств. – 24–25 квітня 2014 року. – Дніпропетровськ, 2014. – С. 124–126.
4. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua/>
 5. Тімар І. В. Перспективи розвитку промислового туризму в Дніпропетровській області / І. В. Тімар // Проблеми економіки: нові ринки та нові напрямки розвитку: матеріали науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 6–7 лютого 2015 р.) – Дніпропетровськ: НО «Перспектива». – 2015. – Ч. 3. – С. 11–14.
 6. Офіційний сайт «Зелений туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php>.
 7. Крупський О. П. Роль організаційної культури у стратегічному розвитку підприємств туризму та гостинності / О. П. Крупський, Т. В. Гринько // Корпоративне управління: процеси, стратегії, технології: Колективна монографія. – Херсон: Видавничий дім «Гельвети», 2015. – С. 142–167.

К. е. н. Олійник Т. І., Романова Ю. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Для розв'язання різних соціальних питань, важливе значення має розвиток підприємництва. Україна має потужні можливості, аби розвивати підприємництво. Але економічна беззахисність нашої держави призводить до того, що усі кризи чинять негативний вплив на зростанні економіки країни, утворюють фінансовий колапс і призводять до створення загрози національній безпеці.

Видатні вчені: Гаврилук Г. Є., Дикань В. Л., Дикань О. В., Звонар Й. П., Кашуба О. М., Пап В. В., Табінський В. А., Холоменюк І. М., Швець Г., Шраменко О. В., досліджували питання розвитку підприємництва в Україні та присвятили цій проблемі багато своїх робіт. Вони дійшли до висновку, що бізнес є чутливим до регуляторних і політичних умов.

Якщо проаналізувати, в якому стані перебувають українські підприємства, то можна побачити, що на їх діяльність має вплив спадщина радянської системи господарювання. Яскравим прикладом виступають вітчизняні машинобудівні підприємства, у яких ще зберігаються керівні кадри, котрі формувалися ще за умов радянської системи господарювання, що має негативні наслідки на результаті діяльності. А саме, українські машинобудівні підприємства зберігають високий рівень затрат, що призводить до падіння конкурентоспроможності навіть на вітчизняному ринку. Високий рівень затрат може часто супроводжуватися

невисокою якістю товарів, низькою ефективністю інноваційної діяльності. Ще одна вагома причина, через яку значно падає економіка країни, це щорічне випереджувальне збільшення засобів виробництва порівняно з виробництвом предметів споживання. І, як наслідок, три чверті усього виробництва становить продукти важкої промисловості і тільки чверть – продукти, призначені для задоволення потреб споживачів.

За результатами дослідження можна констатувати, що роль промисловості є провідною у економіці країни. Вона виробляє близько 40% загальноукраїнської продукції, 80% експорту, створюється більше 30% ВВП.

Дивлячись на всю складність нинішньої ситуації, один із основних джерел за допомогою яких і здійснюється оплата праці найманих робітників, прибутки підприємства, податкові і валютні надходження держави є промислове виробництво [3].

Далі аналізуємо, в якому стані перебуває легка промисловість України.

Вітчизняна легка промисловість знаходиться в занепаді, адже відбувається створення демпінгових умов для українських виробників ще з періоду отримання незалежності, через імпорт з Польщі, Китаю, Туреччини, а також інших країн.

Надмірний податковий тиск та обтяжливі системи звітності – цим характеризується податкова система країни. Післяреєстраційна процедура суб'єктів підприємництва є досить складна та довготривала, а органи державної влади надмірно втручаються у їх діяльність – усе це негативно впливає на розвиток підприємництва [4].

При розгляді показників малого бізнесу варто відзначити, що на 10% менші показники кількості суб'єктів підприємницької діяльності на тисячу осіб населення в Україні, аніж у інших більш розвинутих країнах Європи та у 3–4 рази менший внесок малих підприємств у ВВП країни – 10%. Особливо негативний фактор це те, що діяльність великої кількості малих підприємств направлена на такі швидко прибуткові види продукції як посередницькі послуги і торгівля.

Статистика свідчить, що лише 5% із ряду новостворених підприємств є успішними, за перший рік діяльності зникають близько 35% підприємств, а 60% ледь виживають [2].

Було проведено опитування підприємців з питання «Які є найхарактерніші фактори, котрі можуть гальмувати розвиток підприємств», вони визначили такі з них: організаційно-правові складності у процесі відкриття бізнесу; недоступні кредитні ресурси для відкриття та розвитку бізнесу; мало зв'язків із міжнародними фінансовими організаціями із питань залучення інвестицій та гарантій; державна

підтримка підприємств має здебільшого декларативний характер; чинна нормативно-правова база неоднозначна та суперечлива; несприятливість податкової політики; громіздкість звітності та системи бухгалтерського обліку; не має достатніх можливостей аби захиститися від протиправних посягань; кризи неплатежів та проблема з формування нових взаємозв'язків, каналів збуту; недостатні професійні знання та досвід тих, котрі займаються малим та середнім бізнесом [1].

Підприємство є основою економіки у розвинених державах. Вони забезпечують нові робочі місця, високий рівень зайнятості населення, умови для підвищення доходів населення та рівня життя. Країни повинні забезпечувати створення сприятливих умов для ведення підприємництва, стимулювання суб'єкту підприємництва, а також, здійснювати контроль діяльності згідно законодавством країни.

Список використаних джерел:

1. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посіб. / Мец В.О. – К : КНЕУ, 2010. – 132 с.
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. / Г. В. Савицька. – К.: Знання, 2007. – 668 с.
3. Прогнозна економетрична модель для оцінки змін реального ВВП України з урахуванням потенціальних шоків впливів / Т. Бурлай, О. Білоцерківець // Економіка України. – 2009. – № 10. – С. 62–68.
4. Бандирська О. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О. В. Бандирська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 60–64.

К. е. н. Павелко О. В.

*Національний університет водного господарства
та природокористування (Україна)*

ДИНАМІКА ФІНАНСОВОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗБИТКОВІСТЬ ЯК РЕАЛІЯ СЬОГОДЕННЯ

Сучасні тенденції розвитку будівництва характеризуються зростанням обсягів виконання будівельних робіт, зокрема, що стосується житлового будівництва по Україні в цілому, то за даними Державної служби статистики найвищі показники спостерігалися в 2013 р., 2015–2017 рр. Як влучно відмічає колектив авторів під керівництвом Н.І. Верхоглядової [1], на формування вітчизняного ринку житла впливає макроекономічна нестабільність, непрозорість

інформаційного простору внаслідок політичної нестійкості, слабкого розвитку інфраструктури, низького професіоналізму учасників ринку нерухомості, нерівномірний розвиток сегментів ринку нерухомості, інфляція тощо [1, с. 243]. Проте, незважаючи на зростання обсягів виконання будівельних робіт, діяльність будівельних підприємств за 2011-2017 рр. є збитковою (рис. 1).

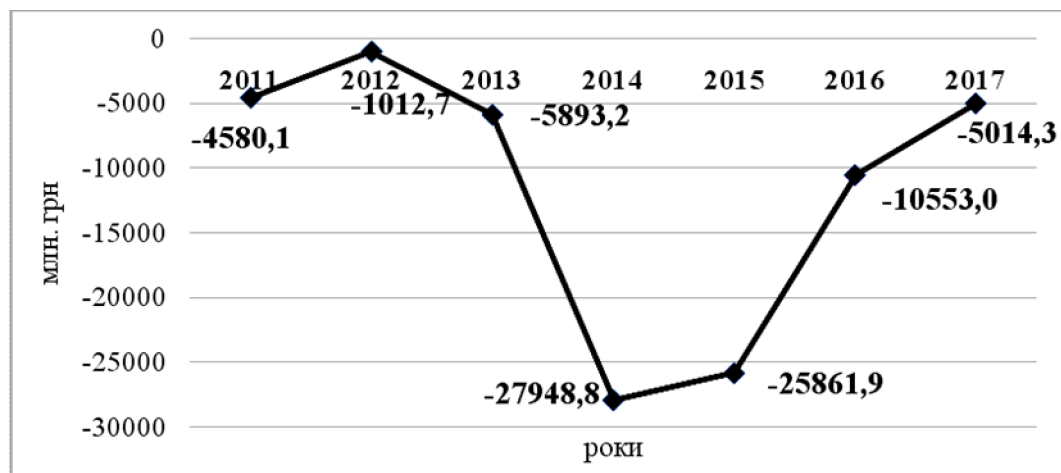


Рис. 1. Чистий прибуток (збиток) підприємств, зайнятих у будівництві, у 2011–2017 рр. (млн грн)
(сформовано автором за даними сайту Державної служби статистики України [2])

За даними рис. 1 можна констатувати про скорочення розміру збитку будівельних підприємств України у 2012 р., погіршення фінансового результату у 2013–2014 рр. і поліпшення у період 2015–2017 рр. Методику формування збитку будівельних підприємств та динаміку показників, які використовуються при його обчисленні, наведено у табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка формування чистого збитку будівельних підприємств у 2014–2017 рр.*

№ з/п	Показники, млн грн	2014	2015	2016	2017	Гр, %		
						2015/2014	2016/2015	2017/2016
1.	Чистий дохід від реалізації продукції	149823,4	1716,8	169104,4	222483,3	1,1	9850,0	131,6
2.	Інші операційні доходи	9602,2	15021,3	13863,0	12453,7	156,4	92,3	89,8
3.	Інші доходи	19666,9	20458,7	16291,0	16419,	104,0	79,6	100,8
4.	Разом чисті доходи	179092,6	177197,2	199258,7	251356,8	98,9	112,5	126,1
5.	Операційні витрати	150668,1	169240,2	183301,8	230712,1	112,3	108,3	125,9
6.	Інші витрати	55713,0	33030,8	25299,6	24180,4	59,3	76,6	95,6
7.	Витрати усього, в т.ч.	207041,4	203059,1	209811,7	256371,1	98,1	103,3	122,2
8.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	113253,7	126832,3	148819,6	197652,3	112,0	117,3	132,8
9.	Чистий збиток	27948,8	25861,9	10553	5014,3	92,5	40,8	47,5

*Сформовано автором за даними сайту Державної служби статистики України [2].

Отже, за даними табл. 1 можна зробити висновок, що спостерігається скорочення чистого збитку з 27948,8 млн грн у 2014 р. до 25861,9 млн грн у 2015 р. та 10553 млн грн у 2016 р. У 2017 р. будівельні підприємства також працювали збитково: одержали 5014, 3 тис. грн. збитку, що оцінюється негативно. Якщо досліджувати структуру будівельних підприємств за рівнем прибутковості, то можна прослідкувати перевагу прибуткових підприємств над збитковими (рис. 2).

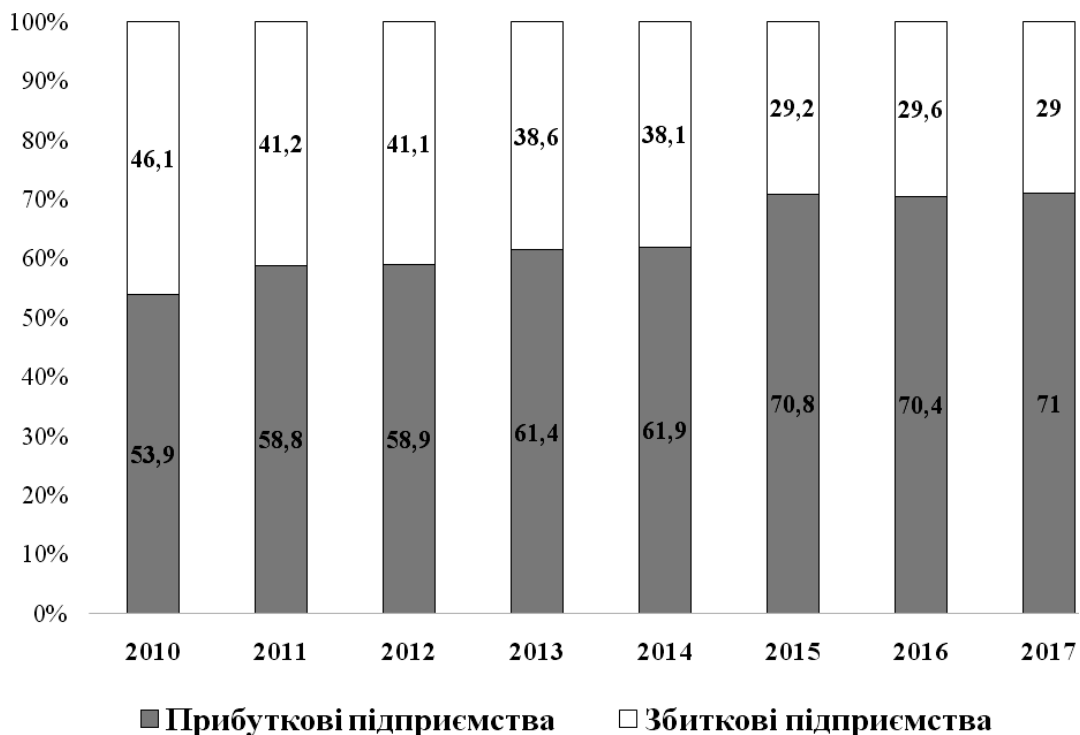


Рис. 2. Структура підприємств, зайнятих у будівництві, за рівнем прибутковості (збитковості) у 2010–2017 рр. (млн грн)*

(сформовано автором за даними сайту Державної служби статистики України [2])

Відтак, частка збиткових підприємств є найменшою у 2017 р. (71% проти 29%), що свідчить про збільшення кількості прибуткових будівельних підприємств, незважаючи на загальну збитковість по галузі, і поліпшення фінансових результатів господарювання будівельних підприємств України.

Список використаних джерел:

1. Перспективи розвитку інвестиційного процесу на ринку житла: монографія / Верхоглядова Н. І., Гончаренко М. Ф., Левчинський Д. Л., Щеглова О. Ю та ін. – Дніпропетровськ: Свідлер, 2011. – 566 с.
2. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

К. е. н. Плисенко Г. П.

*Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, м. Київ
(Україна)*

РОЗВИТОК ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА

Розглядаючи тенденції, які вплинуть у майбутньому на сферу праці та зайнятість населення, експерти одночасно висловлюють стурбованість впливом прискорених темпів розвитку технологій (професійні завдання, які раніше виконувались людиною, все частіше виконуються машинами) та подальшими ризиками для урядів, суспільства та бізнес-середовища. Крім того, значний вплив на майбутнє сфери праці чинять глобалізація, демографічні процеси, зміна клімату та геополітичні перетворення [1].

Разом з тим, констатовано, що у фізичних осіб, бізнесу та уряду з'являється можливість зрозуміти та активно керувати переходом до нового майбутнього. Тому розвиток власної справи в сучасних економічно-соціальних умовах є актуальним та перспективним завданням для осіб, які бажають бути незалежними у своїй професійній діяльності. Самозайнятість або підприємництво дозволяє реалізувати індивідуальні фізичні та розумові здібності людини на вирішенні завдань в будь-якій галузі, у тому числі з метою забезпечення власного існування. Започаткування будь-якого виду підприємницької діяльності вимагає вкладання коштів – закупівля обладнання, техніки, витратних матеріалів, сплата оренди, виплати заробітної плати найманим працівникам тощо.

Оскільки ринок нерухомості в Україні характеризується бурхливим розвитком, то оцінка нерухомість слугує гарною базою для створення власного бізнесу незалежно від форми власності. Нерухомість є головним предметом дискусій та спорів під час приватизації державного і комунального майна, оренди та купівлі-продажу земельних ділянок, приміщень житлового та нежитлового секторів. З теоретичної точки зору нерухомість трактують як земельну ділянку з усім нерухомим майном, яке є як над нею так і під нею. Таке трактування категорії «нерухомість» є загальним, всеохоплюючим визначенням об'єкта нерухомості.

Згідно законодавства України, зокрема Цивільного кодексу [2] під нерухомістю розуміють земельні ділянки, а також об'єкти, що розташовані на них, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни призначення. Найбільш характерною ситуацією, яка зумовлює необхідність в оцінці нерухомого

майна є: продаж нерухомого майна; отримання кредиту під заставу нерухомості; страхування нерухомого майна; передача нерухомості в оренду; оформлення нерухомості в якості внеску до уставного капіталу; оцінка вартості нерухомого майна при розробці бізнес-плану з реалізації певного інвестиційного проекту і т. д.

Існує декілька варіантів пошуку коштів на започаткування підприємницької діяльності: власні заощадження; отримання одноразової допомоги від Державної служби зайнятості для організації підприємницької діяльності; залучення коштів на умовах колективного співфінансування (краудфандингу) на спеціальних інтернет-платформах (Спільнокошт, Kickstarter та ін.); участь в програмах міжнародних «донорів», подання грантових заявок на фінансування (ЄБРР, Ресурсний центр ГУРТ та ін.) та програмах реалізації громадських бюджетів: залучення інвестиційних і кредитних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Preparing for the Future of Work / Initiatives World Economic Forum – Сайт Всесвітнього економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/projects/future-of-work>
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435–IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

К. е. н. Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК АВІАЦІЙНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ

Стрімкий розвиток туризму вимагає постійного екстенсивного й інтенсивного розвитку його інфраструктури. Особливої уваги заслуговує транспортна інфраструктура, яка забезпечує рух туристичних потоків. Її розвиток визначено метою однією з 62 реформ проголошених Стратегією сталого розвитку України-2020 [1], що визначає проблеми транспортної інфраструктури туризму пріоритетом економіки країни.

За даними державної служби статистики України в 2017 р. кількість перевезених пасажирів склала 4647,2 млн осіб, серед яких найбільша частка (43,4%) належить автомобільному транспорту [2]. Саме автомобільний транспорт використовується для організації внутрішніх подорожей й при самодіяльному туризмі. В міжнародному туризмі переваги надаються авіаційному транспорту, який визнано найшвидшим й найбезпечнішим видом транспортних перевезень пасажирів.

За даними IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту) за останні 10 років тенденція зростання попиту на авіап перевезення в світі становила в середньому 5,5%. В 2017 р. зростання пасажиропотоків було обумовлене загальним розвитком глобальної економіки й зниженням вартості квитків на авіап перевезення. Середнє завантаження бортів авіалітаків в 2017 р. становило 82%, коли в 2007 р. цей показник складав 77%, а в 1997 р. – 69%, що свідчить про нарощування рентабельності авіарейсів й зростання доступності авіатранспорту.

За прогнозами IATA до 2036 р. попит на авіатранспорт зросте вдвічі [3], що обумовлює необхідність оптимізації маршрутів польотів, їх швидкості та висоти, поліпшення факторів навантаження літаків, сталої інфраструктури [4].

В Україні в 2017 р. авіаційним транспортом скористалися тільки 10,6 млн пасажирів, з яких 93% всіх пасажирських авіап перевезень було зосереджено серед п'яти українських авіап перевізників: «Міжнародні авіалінії України», «Роза вітрів», «Азур Ейр Україна», «Атласджет Україна», «Браво». При цьому саме «Міжнародні авіалінії України» базуються на найпотужнішому в Україні авіахабі, яким є аеропорт «Бориспіль». Найбільшими аеропортами міжнародного значення є аеропорти Києва, Львова, Харкова, Одеси, Дніпра. В рейтингу найкращих аеропортів України, складеного порталом «ЗаграНица», перше місце належить аеропорту «Бориспіль», друге – міжнародному аеропорту м. Харків, третє – львівському аеропорту імені Данила Галицького. 5-е місце посідає Дніпровський аеропорт, керівництво яким здійснює ПАТ «Авіаційна компанія «Дніпроавіа» яка є одним із найбільших українських перевізників, що здійснює як регулярні, такі і чартерні рейси до країн Європи, Близького Сходу, СНД. Останнє 11 місце належить херсонському аеропорту [5]. Починаючи з 2014 р. аеропорт «Херсон» зазнав часткової модернізації й почав нарощувати пасажиропотік. Так за період 2014–2017 рр. кількість регулярних міжнародних рейсів зросла більше ніж в 10 раз, а чартерних – в 2,23 раза [6, с. 19], що свідчить про зростання конкурентоспроможності аеропорту на авіаринку України.

Слід зазначити, що регулярні міжнародні рейси в 2017 р. здійснювали 10 українських авіакомпаній до 43-ох країн світу та 29 іноземних авіакомпаній до 27 країн світу. Одним із найприбутковіших авіанапрямів останніх років стала Грузія, туристичні потоки до якої навіть за такої напруженої політичної ситуації в Україні зростають. Стабільним попитом продовжує користуватися південно-східний напрям, зокрема, Туреччина, Ізраїль. Зростання мобільності населення України визначило її як потенційний ринок для іноземних авіакомпаній,

наприклад для лоу-костера «Ryanair» й спонукало відкриття нових напрямів польотів, наприклад, «МАУ» – Індія, Канада.

Особливої уваги заслуговує організація чартерних авіаперевезень. Чартер – це нерегулярне авіаперевезення, що виконується на основі договору між авіакомпанією і замовником. Такі перевезення відбуваються за заздалегідь обговореними умовами згідно міжнародних правил. На 01.01.2018 в Україні працювали дев'ять чартерних авіакомпаній, три з яких в своєму арсеналі мали всього по три літаки. Термін експлуатації цих літаків перевищує 16 років, що свідчить про високу вірогідність виходу їх з ладу та створення проблем під час високого сезону (необхідність переносу авіарейсів, що викликає затримку не тільки поточного рейсу, а й наступних за ним). Не зважаючи на це, в 2017 р. кількість чартерних перевезень зросла на 52% порівняно з 2015 р., що обумовлено запровадженням безвізового режиму з країнами Шенгенської угоди.

Отже, Україна має потенціал розвитку авіаінфраструктури й нарощування пасажиропотоків і має можливості через власні хаби просувати себе на міжнародному туристичному ринку, розширювати транзитні потоки й покращувати бізнес-клімат в авіації, але тільки за підтримки держави.

Список використаних джерел:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
2. Пасажирооборот та кількість перевезених пасажирів у 2017 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. IATA. Annual review 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.iata.org/publications/documents/iata-annual-review-2018.pdf>. – 68 р.
4. «Зелена» економіка: від глобальної концепції до реалій місцевого розвитку / [Стукало Н. В., Краснікова Н. О., Стеблянко І. О. та ін.]. – Дніпро, 2018. – 352 с.
5. Из Советского Союза в Европу: лучшие аэропорты Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kiev.zagranitsa.com/article /3535/iz-sovetskogo-soiuza-v-evropu-luchshie-aeroporty-ukrainy>
6. Гончаров В. Аеропорт – це бізнес / В. Гончаров // Український туризм. – 2018. – №1. – С. 18–20.

Резчиков В. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Сучасна економічна наука виходить з того, що мета підприємницької діяльності далеко не завжди розглядається з позиції отримання максимального прибутку. Сьогодні мета розуміється, перш за все, в забезпеченні довгострокового динамічного розвитку [3, с. 81]. В даному контексті слід розуміти розвиток як найбільш важливу складову всього підприємництва. Можна провести паралель між розвитком і дисбалансом. Так, забезпечити розвиток неможливо, не порушуючи його; в певний момент це сприяє виникненню невизначеності, оскільки неможливо прорахувати характер всіх процесів, що супроводжують розвиток. Таким чином, виникає наступний ланцюжок: порушення рівноваги – розвиток – невизначеність – підприємницькі ризики. Елементи цього ланцюга можуть змінюватися місцями під впливом різних зовнішніх і внутрішніх факторів. Розвитку суб'єктів підприємництва неможливо досягти без інвестицій, що підсилює значимість ризиків, які супроводжують весь інвестиційний процес. У зв'язку з цим значимість інвестиційних ризиків наростає, особливо – в умовах глобалізації, що актуалізує питання пов'язані з інвестиціями в інноваційні проекти.

В умовах глобалізації та динамічного науково-технічного прогресу інноваційний розвиток є найбільш адекватним типом розвитку для всіх країн, оскільки дозволяє їм займати гідні конкурентні позиції на світовому ринку. При цьому можна говорити про залежність між ефективністю підприємницької діяльності та кількістю інноваційних проектів, а також масштабами інновацій в галузевому або територіальному розрізі. На жаль, будь-який інноваційний проект несе не тільки потенційні вигоди, але і ризики. На практиці ці ризики повинні оцінюватися в залежності від типу проекту та його життєвого циклу. Це формує додаткові проблеми, зумовлені тим, що на різних етапах життєвого циклу інноваційного проекту можуть формуватися специфічні ризики, які мають як внутрішні, так і зовнішні причини. Що стосується внутрішніх причин, то вони, як правило, стають наслідком результатів реалізації попереднього етапу. Стосовно особливостей функціонування суб'єктів підприємництва вітчизняного сектора, зазвичай виділяють наступні типи інноваційних проектів [3]:

- 1) впровадження у виробництво технологічно нового товару;
- 2) модернізація виробленого товару;

- 3) застосування технічно більш досконалих засобів виробництва;
- 4) модернізація використовуваних засобів виробництв.

Зазначені чотири типи інноваційних проектів можна ще деталізувати в залежності від ступеня потреби в інтелектуальних ресурсах або інтелектуалізації праці. Чим вище вимоги до інтелектуальної складової трудової діяльності, тим більше ризиків може виникати в процесі переходу суб'єкта підприємництва на новий рівень розвитку [1, с. 270]. Їх причини можуть бути пов'язані зі складністю пошуку та залучення нових кадрів і підвищення кваліфікації діючих працівників, виникненням помилок при навчанні, витоком інформації та ін. Отже можна визначити основні види ризиків, які можуть при цьому виникати:

- 1) Недостатність або відсутність постачальників (мова йде про постачання ресурсів, витратних матеріалів, комплектуючих та ін.). Особливо важливо це, якщо мова йде про великі інвестиційні проекти;

- 2) Ризик диверсифікації постачальників, якщо вони з якоїсь причини не виконують умови укладеного контракту або не можуть виконувати його в обумовлені терміни. Зазвичай це також відбувається з дуже великими інвестиційними проектами;

- 3) Ризик, обумовлений високою технологічною складністю інвестиційного проекту, що має велику кількість проміжних етапів;

- 4) Ризик невиходу на плановий обсяг виробництва та отримання незадовільних фінансових результатів. Сюди ж відносять і неточність вибору цільових споживачів, і неправильний розрахунок їх потреби в даному виді інноваційної продукції;

- 5) Помилки в розрахунках і побудові логістичних ланцюгів, як на поставку вихідної сировини, так і на доставку готової продукції споживачеві. Крім того, тут може з'явитись ризик недостатньо ефективної цінової і збутової політики;

- 6) Ризик укладення договорів з неплатоспроможними партнерами або з партнерами, які мають погану репутацію щодо виконання ними зобов'язань, як за якістю сировини, що поставляється, так і за розрахунками за отриману продукцію;

- 7) Ризик неточного проектування проекту. Великі помилки можуть привести до неможливості реалізації проекту, що тягне за собою важкі наслідки.

Слід зауважити, що кожен з наведених видів ризиків може трансформуватися з урахуванням специфіки типу інноваційних проектів. Таким чином, суб'єкти підприємництва сьогодні знаходяться на новому етапі розвитку, який визначається глобалізацією, трансформацією системи економічних зв'язків,

а також інформатизацією всіх сфер господарської діяльності. І це, в першу чергу, пов'язано з виникненням ризиків, якісне та ефективне управління якими здатне забезпечити успішне функціонування вітчизняних суб'єктів підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Науково-методичне забезпечення управління ризиками інноваційної діяльності на промислових підприємствах / Т. З. Гвініашвілі, Т. В. Гринько // Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2017. – № 39. – С. 267–278.
2. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // Economical annals-XXI, 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.
3. Олійник Л. В. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм / Л. В. Олійник // Економіка та суспільство. – 2017. – № 3 (27). – С. 51–59.
4. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43.

Русс Д. А., Тімар І. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РІЧКОВОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Україна ставши на шлях євроінтеграції, підписавши Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, прийняла на себе певні зобов'язання в частині подальшого активного розвитку внутрішнього річкового транспорту, що вимагає розробки «стратегії розвитку річкового транспорту на основі національної транспортної політики, включення річкового транспорту в систему мультимодальних перевезень та мережу пріоритетних транспортних маршрутів з огляду на підтримку впровадження державної політики щодо розвитку України як транзитної держави, імплементації до національного законодавства норм європейського права в галузі внутрішнього водного транспорту». [1].

Україну вважають країною, яка має значний природний потенціал розвитку річкових транспортних перевезень. В нашій країні загальна довжина річок, придатних до судноплавства складає 4 400 км. Найбільш значущими є судноплавні шляхи Дніпра – довжина 1,2 тис. км і середня глибина 3,65 м, з протоками (Десни і Прип'яті), що забезпечують близько 90% загального обсягу перевезень річковим транспортом. На інші річки (Дунай – 160 км, Буг – 155 км та інші

так звані малі річки) припадає 10% загального обсягу перевезень річковим транспортом. Головною транспортною річковою артерією України є Дніпро, навігація яким можлива майже увесь рік, її тривалість може складати 275–300 днів за рік, при цьому оціночна пропускна спроможність складає 35 млн т вантажів. На Дніпрі розташовано 13 спеціалізованих вантажних терміналів, 10 річкових портів, 6 шлюзів (Запорізький – один з найбільш глибоких шлюзів світу).

Розвиток річкових транспортних перевезень ґрунтується на врахуванні певних переваг даного виду транспорту, основними з яких є наступні:

- високий рівень екологічності порівняно з іншими видами транспорту;
- порівняно невелике інвестиційне навантаження на транспортні перевезення;
- вища енергоефективність транспортних перевезень;
- відносно низька собівартість вантажоперевезень, але існуюче державне тарифне навантаження, необґрунтовано високі рівні зборів, їх кількість та обов'язковість деяких з них (наприклад, лоцманського), гальмують розширення масштабів діяльності існуючих перевізників та стримують появу нових.

Державна політика в частині забезпечення розвитку річкових транспортних перевезень, яку можна охарактеризувати як напівмонополю, не лише не сприяє, а відчутно стримує розвиток річкового транспорту, призводить до зменшення їх конкурентоспроможності у порівнянні із залізничним та автомобільним транспортом.

З метою стимулювання розвитку річкових перевезень необхідно впровадити низку заходів, які б підвищили конкурентоспроможність річкового транспорту, зокрема:

- розробити й прийняти галузеві транспортні стратегічні програми з метою збалансування розподілу вантажопотоків між авто, залізничним і річковим транспортом;
- ввести конкурентний підхід до тарифоутворення на залізничному транспорті;
- змінити принцип оплати зборів за проходження річковими суднами шлюзів, акваторій морських портів;
- забезпечити розвиток інфраструктури та оновлення річкового флоту;
- сприяти створенню логістичних шляхів з Європи до Азії та від Балтики до Чорноморського регіону;
- вводити судна на електричній тязі, задля зниження вартості перевезень;
- знизити збори за прохід суден під іноземними прапорами внутрішніми водними шляхами України.

Необхідно, також розвивати судноплавство в Одеському регіоні, який має декілька великих річок. Найбільш привабливою із них вважається ділянка Дунаю, який зв'язує Україну з європейськими країнами – членами ЄС у Центральній та Західній Європі, а також з Балканами. Будівництво паромної переправи «Ісачка – Орлівка» може активізувати судноплавство в регіоні. Зазначені заходи дадуть змогу розвантажити залізничний вузол біля Великої Одеси, розвиток річкового транспорту зміцнить позиції України в міжнародних транспортних коридорах.

Отже, проведений аналіз показав, що Україна має великий, але мало реалізований потенціал перевезень річковим транспортом. Зважаючи на перспективність розвитку річкового сполучення в західному напрямі, актуальною є реалізація інфраструктурних проєктів у партнерстві України та країн – членів ЄС. За наявності державного сприяння та залучення відповідних інвестицій, внутрішні водні шляхи можуть стати гарною альтернативою існуючим транспортним схемам, що має забезпечити розвиток конкуренції на транспортному ринку, підвищення рівня транспортного забезпечення відправників та диверсифікації ризиків на етапі транспортування.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/projects/40/>
2. Гуржій Н. М., Городова А. В., Одинець Т. Є. // Економіка і суспільство / Річковий транспорт України: проблеми та перспективи розвитку// 2016. – Вип. 3. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/11.pdf

Д. е. н. Сазонець І. Л., Саленко А. С.

*Національний університет водного господарства
та природокористуванням (Україна)*

СИСТЕМА ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

Основною рушійною силою національної економіки є розвиток підприємницької діяльності в усіх сферах народного господарства. Крім того, підприємництво активізуються в таких сферах як медицина, фізична культура та спорт, культура, що довгий час не було притаманно для пострадянського простору. Тому створення інституційних основ державної підтримки лібералізації підприємницької діяльності стає все більш важливою умовою економічного зростання в Україні. Серед інститутів державної підтримки лібералізації

підприємницької діяльності головну роль відіграють органи державного управління, на аналізі значення та діяльності яких буде базуватися подане дослідження.

Питання лібералізації підприємницької діяльності знаходиться в контексті європейської моделі розвитку економіки України. Практично всі наукові економічні школи України приділяли увагу, як проблемам лібералізації економіки, так і окремим питанням розвитку підприємництва. Безпосередньо ці питання досліджували Амоша О. І., Безтелесна Л., Гайдук В., Королевська Н., Куряча Н., Лукашук В., Ляпін Д., Сазонець І., Сазонець О., Сіпайло Л. Зміна умов господарювання, активне просування інституційно-економічної системи України в напрямку європейської інтеграції та імплементація нових європейських норм та стандартів до практики формування умов розвитку вітчизняного бізнесу потребує подальшого дослідження цих процесів.

Система розвитку та лібералізації підприємницької діяльності ґрунтується та елементах глобального, інституційного, державного регулювання. Ці елементи національного та глобального рівня доповнюються конкретними управлінськими та організаційно-технічними параметрами, які надають змогу в комплексі створити систему регулювання підприємництва. Кожний із зазначених рівнів має свої специфічні інструменти регулювання та цільові групи суб'єктів управління.

З точки зору наукових позицій необхідно визначити такі елементи лібералізації підприємницької діяльності, на які повинна впливати держава з метою їх посилення: поліпшення бізнес-середовища, мінімізація регулюючої ролі держави, забезпечення прозорого та послідовного регуляторного середовища, збалансована системи податків і соціальних платежів, інформаційна відкритість влади, гарантії захисту прав власності, контроль за діяльністю влади.

Діяльність суб'єктів малого підприємництва у багатьох випадках залежить від дій державних органів виконавчої влади. Без спеціальних заходів державної підтримки розвиток малого підприємництва неможливий. Проте державна підтримка малого підприємництва стримується макроекономічними умовами.

До головних проблем, які стримують розвиток малого бізнесу, можна віднести недосконалість системи оподаткування, нестабільність бюджетного фінансування державної і регіональних програм підтримки бізнесу.

Невиконання планів фінансування національної програми сприяння розвитку малого підприємництва, очевидно, пов'язане з тим, що органи виконавчої влади, які, на жаль, змінюються надзвичайно часто, розглядають цю статтю

бюджету за залишковим принципом. Тому орієнтація наших підприємців і малий бізнес на велику роботу: нарощування обсягів виробництва, укладання контрактів, розширення ринків збуту вітчизняної продукції.

Д. е. н. Сардак С. Е., Іотова К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
В УКРАЇНІ**

Соціальне підприємництво – це господарська діяльність, яка сполучає у собі три ознаки: економічну (отримання прибутку), соціальну (вирішення певної соціальної проблеми), управлінську (залучення усіх працівників в процес прийняття управлінських рішень). Тобто соціальне підприємство, на відміну від неприбуткових організацій, спрямоване на отримання прибутку, проте значна його частина спрямовується на вирішення різних соціальних, культурних та екологічних потреб, що виникають у суспільстві та, здебільшого, не отримують належної уваги з боку інших інститутів.

Громадянин Бангладеш Мухаммад Юнус – лауреат Нобелівської премії миру 2006 року за зусилля створити економічний та соціальний розвиток знизу, зазначає, що «Соціальний бізнес для досягнення своїх цілей створює працююче підприємство чи структуру. Коли грошові ресурси інвестуються в компанію, після того, як з їх метою досягаються поставлені задачі, вони повертаються до інвестора у декілька разів більшому обсязі. Вони можуть бути реінвестовані у бізнес знову і знову» [1]. Таким чином, соціальний бізнес є життєздатним, здатним розширюватись, змінюватись та вирішувати все більше завдань

Зважаючи на досить сильну диференціацію суспільства, підприємці все більше почали замислюються над більш важливими та глобальними проблемами, ніж забезпечення стабільного функціонування та розвитку бізнесу. Саме тому у світовій практиці є багато прикладів діяльності соціальних підприємств, які привертають увагу та сприяють вирішенню найрізноманітніших соціальних проблем – від реалізації міських проектів для підвищення добробуту мешканців до допомоги хворим дітям та дорослим. Так, у Великій Британії налічується близько 70 тис соціальних підприємств на яких працює майже 1 млн осіб, а в Німеччині 100 тис таких компаній із 2,5 млн працівників [2, с. 39, 45].

Відкриття такого бізнесу відбувається з різних причин та різними способами. Одним із прикладів є відкриття підприємств за рахунок краудфандингу – вкладання великою кількістю інвесторів рівних коштів на відкриття бізнесу. Як результат, усі засновники мають рівні права та сумісно вирішують питання щодо розподілу отриманого прибутку: регулярні збори вирішують, який проект підприємство інвестуватиме протягом наступного періоду.

Ще одним розповсюдженим варіантом запровадження соціального бізнесу є вирішення людьми власних проблем та незручностей. Так, наприклад, подружжя Едвардс з Великобританії винайшли спеціальну портативну сумку-стіл, що стає у пригоді людям з обмеженими можливостями. Згодом, родина почала отримувати замовлення на виробництво пристрою та було прийнято рішення про старт промислового виробництва і зараз підприємство перераховує 10% прибутку на розвиток соціального підприємництва [3].

Щодо розвитку соціального підприємництва в Україні, то воно знаходиться лише на початковій стадії. Зокрема, правовий статус соціального підприємництва ніяк не закріплений законодавчо. Тим не менш, через гостроту соціальних проблем у нашій країні, останнім часом до формату соціального підприємства можна віднести багато компаній і їх кількість збільшується.

Для розвитку соціального підприємництва в Україні пропонуються наступні кроки. В першу чергу, створення законодавчої бази, яка б мала чітке визначення соціального підприємництва, регулювала б його діяльність, а також запроваджувала б для цього виду бізнесу певні пільги, наприклад, податкові.

Окрім цього, сьогодні серед населення є велика кількість біженців, людей з обмеженими можливостями, багатодітних матерів, людей, що вийшли з місць позбавлення свободи та інших категорій населення, що мають проблеми із працевлаштуванням. Усі ці прошарки населення є потенційним об'єктом для організації соціального підприємництва, залучаючи їх у трудовий процес, вирішуючи їх проблеми, а також закриваючи, непривабливі сфери для великого і середнього бізнесу [4].

Підтвердженням готовності українського суспільства до розвитку соціального бізнесу є зростання лояльності покупців до продукції соціально свідомих підприємств. Сьогодні надпопулярною є течія перерахування різними компаніями певної частки від продажу кожної одиниці продукції на рахунок благодійних фондів. Таким чином, покупець безпосередньо приймає участь у соціальних акціях і свідомо йде на це, навіть якщо вартість товарів вища за аналогічні на ринку. Окрім цього, соціальні підприємства мають змогу отримати

допомогу на розвиток власного бізнесу з боку міжнародним організацій та фондів.

Отже, в умовах посилення конкуренції та скорочення ринкових ніш у традиційному бізнесі, соціальне підприємництво в Україні може дістати динамічного розвитку та має значний потенціал. Відповідно, для його поширення має привертатися увага підприємців.

Список використаних джерел:

1. Катц А. Сверхсчастье Мухаммада Юнуса, или отправьте существующую систему на свалку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bricsmagazine.com/ru/articles/sverhschastie-muhammada-yunusa>
2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін / Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.
3. Roger L. Martin, Sally Osberg. Social Entrepreneurship: The Case for Definition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition
4. Сардак С. Е. Управління персоналом : теоретичні аспекти та практичні здобутки : моногр. / С. Е. Сардак, О. О. Третьяк. – Д. : Інновація, 2009. – 157 с.

Сербіненко Т. І., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Однією із основних тенденцій сьогодні є фокусування на стратегізації, тобто фокусування на стратегічному способі мислення під час управління підприємством, на спонуканні пошуку креативних підходів у пошуку інноваційних способів ведення бізнесу, нових прийомів виходу на ринок, побудові нових бізнес-моделей тощо. Все це унеможлиблюється через відсутність системного підходу до розробки та впровадження стратегій розвитку бізнесу.

Вагомий внесок у розроблення теоретичних та прикладних проблем формування бізнес-стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку зробили вітчизняні та іноземні вчені, зокрема: Азов Г. П., Борщевський П., Бондаренко А. С., Герасимчук В. Г., Градов О. П., Дейнеко Л., Іщук С. О., Кіндрацька Г. І., Кузьмін О.Є., Крикавський Є.В., Наливайко А.П., Орлов О. О., Петрович Й. М., Плоткін Я. Д., Федулова Л.І., Шинкаренко В.Г., Ансофф І., Друкер П. Ф., Портер М. Е., Стрікленд А., Томпсон А. А., Ламбен Ж. Ж.

Впровадження бізнес-стратегії як системи пріоритетів, що включає створення й утримання конкурентних переваг на ринку здійснюється за допомогою реалізації певних завдань і проектів, взаємопов'язаних за завданнями, термінами здійснення та ресурсами. Отже, щоб впровадити бізнес-стратегію та досягти бажаних результатів, підприємство повинне інвестувати в специфічні зобов'язання, портфелі, програми і проекти. Така проектна робота об'єднує практично всі види діяльності підприємства, які не є операційними. Завдання узгодження критичних аспектів бізнесу автор [1] розглядає у формі шести взаємопов'язаних імперативів.

Узгодження всіх шести імперативів бізнесу має обов'язковий характер, оскільки це має вирішальне значення для розробки та впровадження бізнес-стратегії, і жоден з аспектів не може бути проігнорованим. Основна роль належить імперативу забезпечення, оскільки вона пов'язує бізнес-стратегію, яка отримала розвиток у сферах концептуалізації, візії (або стратегічного бачення) і внутрішнього середовища, з портфелем проектів, що буде виконаний під час впровадження бізнес-стратегії, а саме виконання імперативів синтезу та трансформації [2].

Автор [1] представив візуальну схему розробки та впровадження бізнес-стратегії, яка сформована навколо шести істотних імперативів і показує взаємодію між різними компонентами цих імперативів (рис. 1).

Перший імператив – концептуалізації (здатності до формування і сприйняття ідей) – полягає у проясненні та повідомленні ідентифікації (властивої цінності), призначення (мети існування) і довгострокових намірів підприємства. Ідентифікація – показує яким є підприємство, і як це виражено у його діяльності та бренді. Призначення (місія) – фундаментальна цінність, для якої існує організація; причина перебування в бізнесі; ефективне та мотивоване спрямування розвитку підприємства як єдиного цілого до реалізації стратегічних цілей. Довгострокові наміри показують бажаний стан, якого підприємство прагне досягти в довгостроковій перспективі. Бізнес-одиниця або підприємство, визначаючись щодо зазначених фундаментальних елементів, сприяє формуванню центральних організуючих принципів, які своєю чергою керують діяльністю [3].

Другий імператив – імператив візії (стратегічного бачення) – переведення бізнес-стратегії у визначені стратегічні цілі; чітке бачення того, де підприємство перебуває і куди воно прямує; тактика перенесення ідентифікації, місії і довгострокових намірів в метрики, які дають можливість визначити рівень досягнення стратегічних цілей. Стратегічні цілі – остаточні результати діяльності

підприємства, які повинні бути досягнуті. Метрики оцінки – вимірюваний параметр успіхів і прогресу. Бізнес-стратегія – підхід, який використовується для досягнення цілей. Імператив візії передбачає трансформацію намірів у бізнес-стратегію, цілі та метрики.

Третій імператив – імператив узгодження внутрішнього середовища – приведення організаційної структури (а також повноваження щодо прийняття рішень, взаємозв'язки підпорядкованості, інформаційні потоки, оцінку результативності та системи стимулювання) і корпоративної культури (цінності, які культивуються) відповідно до бізнес-стратегії підприємства.

Корпоративна культура – набір правил і цінностей, які мають особливе значення для підприємства. Організаційна структура управління – принципи формування підрозділів підприємства, взаємозв'язки між ними, форми розподілу і кооперації діяльності. У сфері цього імперативу бізнес-стратегія розглядається як шлях, визначений з метою досягнення «місця призначення».

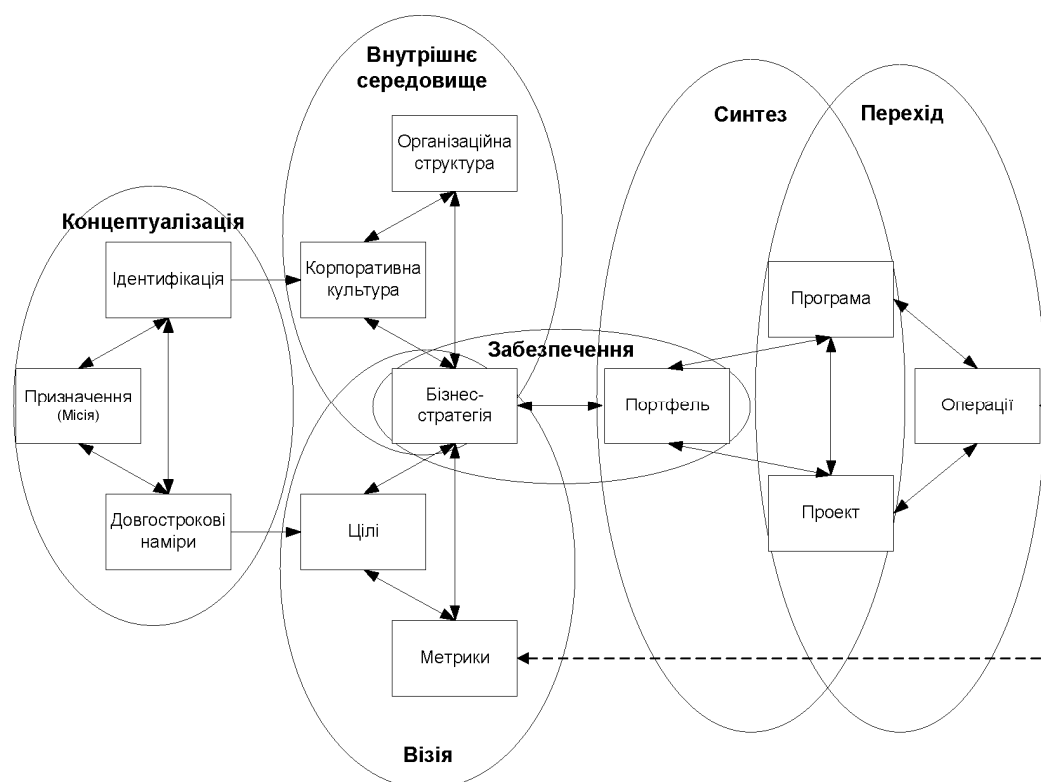


Рис. 1. Схема розробки та впровадження бізнес-стратегії підприємства [1]

Імперативи впровадження бізнес-стратегії підприємства (забезпечення, синтез, трансформація) пов'язані з реалізацією основних стратегічних ініціатив і проектів. Наступний імператив автором [1] трактується як «забезпечення», оскільки компанія може реалізувати ухвалену прийняту бізнес-стратегію,

тільки беручи участь у відповідному проектному портфелі. У сфері забезпечення роль бізнес-стратегії дещо інша, ніж у сферах бачення та внутрішнього середовища. Тобто, цей імператив спричинює створення портфелю проектів і програм, за допомогою яких реалізується бізнес-стратегія, оскільки він пов'язаний із імперативом узгодження внутрішнього середовища і стратегічного бачення (візії). Портфель – набір проектів і програм стратегічного характеру, який є узгодженим з ресурсами, необхідними для їх досягнення.

П'ятий імператив – синтез – моніторинг і постійне приведення проектної роботи відповідно до бізнес-стратегії підприємства; виконання роботи відповідно до забезпечення; методи моніторингу та погодження проектної роботи для впевненості в тому, що всі обмежені (дефіцитні) ресурси динамічно розподіляються, щоб максимізувати стратегічні вигоди; здійснюється синтез проектів програм відповідно до встановлених планів. Імператив синтезу вимагає перегляду проектів і програм в реальному часі і налагодження пріоритетів відповідно до вимог. Він також вимагає надання інформації щодо стану впровадження проектів і програм для врівноваження вимог зі здібностями, а також того, щоб програми й проекти генерували заплановану вартість. [3].

Шостий імператив – трансформація – перенесення результатів проектів і програм на поточні операції для отримання вигод; показує як перемістити результати стратегічних проектів у поточні операції підприємства з метою швидкого отримання вигоди від проектів. Операції – поточні процеси, які доставляють споживчу цінність. Даний імператив є єдиним способом отримання повних вигод від проектної роботи й повторного розгортання ресурсів для наступних стратегічних зусиль [3].

Мистецтво ефективного поєднання управління стратегічними проектами та програмами в проектному портфелі стосується сфери синтезу. На завершальному етапі впровадження бізнес-стратегії відбувається трансформація навичок, підходів і технологій з проектного рівня у поточні операції, реалізує переваги (стратегічні вигоди) та впроваджує їх в операційну діяльність підприємства. Імператив забезпечення динамічно приводить поточний портфель проектів і програм відповідно до бізнес-стратегії підприємства. Узгодження цих аспектів формує основу для послідовної розробки та ефективного впровадження бізнес-стратегії підприємства.

Список використаних джерел:

1. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. / А. А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд III. пер. с англ., 12-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.

2. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / В. С. Пономаренко [та ін.] ; заг. ред. В. С. Пономаренко. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 452 с.
3. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации / пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, 1998. – 576 с.
4. Гринько Т. В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т. В. Гринько // Економічний вісник «Запорізької державної інженерної академії». – 2016. – Вип. 2. – С. 102–105.
5. Гринько Т. В. Стратегія як інструмент інноваційного розвитку підприємства / Т. В. Гринько // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Умань, 30–31 жовтня 2014 р.). – Умань: ВПЦ «Візаві», 2014. – С. 10–12.

Сердюк А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Більшість великих компаній починали свою діяльність як малі суб'єкти підприємництва, і, можливо, що сьогоднішні малі підприємства в майбутньому стануть такі великими компаніями. Необхідною умовою реалізації такої перспективи є зростання та розвиток суб'єктів малого підприємництва. Термін «зростання» по відношенню до розвитку підприємств може мати різне значення. В рамках найбільш поширеного підходу зростання трактується як зміна обсягу або розміру. Індикаторами розміру в рамках даного підходу можуть виступати фінансово-економічні показники функціонування суб'єктів підприємництва, наприклад, величина активів, оборот, прибуток або кількість працівників тощо. В рамках іншого підходу зростання пов'язується з поліпшенням якості продукції в результаті розвитку процесу виробництва. Незалежно від типу зростання, він завжди має на увазі деякі зміни.

Деякі дослідники стверджують, що без зростання суспільство буде інертним, і, отже, не буде ні розвитку суб'єктів підприємництва, ні економіки в цілому, ні прогресу [3]. Більшість економістів вважають зростання суб'єктів підприємництва стратегічною метою будь-якого бізнесу. Рух до цієї мети характеризується в першу чергу показниками темпу зростання обсягу продажів. Відмінність в цілях менеджерів підприємства та його власників, вказує на те, що: перші зацікавлені в збільшенні розмірів суб'єкта підприємництва та його репутації на ринках (тобто в зростанні продажів), тоді як другі – в своєму власному добробуті

та у збільшенні доходів (тобто в зростанні прибутку). Цілі менеджерів і власників не повинні суперечити одна одній, а мають бути взаємопов'язаними. Згідно з деякими дослідженнями даним, суб'єкти підприємництва часто зосереджені на максимізації продажів, а не на отриманні прибутку. Відомо також, що в деяких компаніях зміни залежать від вибору кар'єрних шляхів його провідними менеджерами.

Іншим ефектом, пов'язаним зі зростанням фірм, є рівень інноваційного розвитку, коли невеликі фірми мають тенденцію демонструвати більш високу продуктивність у порівнянні з великими фірмами [2, с. 53]. Однак, більшість бізнес-лідерів хочуть, щоб їх бізнес розвивався і активно працюють над розширенням свого бізнесу як з точки зору доходів, так і прибутку. Причин, за якими компанії зацікавлені в зростанні, досить багато. Перш за все, існує ряд раціональних і об'єктивних причин, за якими зростання є важливим для бізнесу, наприклад, вимоги зацікавлених сторін і інвесторів компанії. Акціонери та інвестори хочуть отримувати все більшу віддачу від коштів, вкладених в бізнес, а це означає, що компанія повинна отримувати все більший обсяг прибутку з кожним роком. Іншими раціональними причинами є ті позитивні ефекти, які можуть отримати компанії від зростання, такі як потенційна економія від масштабу, мережеві ефекти та можливість захистити компанію від конкурентів. Крім того, зростаючий бізнес виявляється в більш вигідному положенні при залученні нового персоналу. Встановлено, що зростаючі суб'єкти підприємництва, легше залучають нових співробітників, ніж ті, які не розвиваються.

Сталий розвиток підприємництва може бути досягнуто на основі врахування сприятливих і кризових зовнішніх чинників, а також внутрішніх можливостей і резервів суб'єкта підприємництва. Мале підприємство більш гнучке з точки зору підприємницької ініціативи та зміни форми бізнесу, одночасно воно менш стійке в умовах економічної кризи. Стратегічним завданням управління суб'єктом малого підприємництва стає забезпечення його стійкості. Якщо підприємство виявляється в умовах нестійкої ситуації, то для ліквідації негативних наслідків доведеться приймати рішення, що мають стратегічний характер, які докорінно змінять принципи функціонування фірми. Поточних і перспективних планів часом не вистачає для вирішення цієї проблеми, тому фахівці звертаються до розробки стратегічних планів.

Стратегічне планування в реаліях сучасного світу є базовим елементом щодо забезпечення продуктивності суб'єкта підприємництва. Нерозуміння суті стратегічного планування може привести до погіршення позиції фірми на

ринку, збільшення можливості виникнення ризикових ситуацій, а також зменшення конкурентних переваг. Стратегічний план не тільки дозволяє поглянути на напрямки розвитку підприємства з іншого боку, але дає можливість створення гнучкої системи своєчасного реагування на зміни ринкової ситуації. Даний інструмент передбачає процес формування та реалізації програм, заходів, інструментів, взаємопов'язаних у часі та просторі, в стратегічній перспективі, сукупність яких дозволяє досягати стабільних показників зростання економічного потенціалу та рівня конкурентоспроможності підприємства як в сприятливих умовах зовнішнього середовища, так і в умовах кризи, з урахуванням підтримки стабільних взаємин із споживачами та ключовими партнерами на взаємовигідній основі при збереженні переваг гнучкого реагування на виклики ринку [1, с. 63]. Немає сумнівів, що відсутність стратегічного плану, або недостатня увага до цього процесу можуть призвести до неможливості адаптації підприємства до ряду серйозних проблем в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Науково-методичний підхід до оцінювання ефективності системи стратегічного планування на підприємствах металургійної галузі / Т. З. Гвініашвілі, Ю. О. Буцак // Управління розвитком. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. – № 3-4. – С. 62–67.
2. Гвініашвілі Т. З. Стратегічний розвиток підприємств України на основі інноваційної діяльності / Т. З. Гвініашвілі // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»: зб. наук. праць. – Рівне: НУВГП, 2013. – Вип. 3 (63). – С. 51–57.
3. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // *Economix annals-XXI*. – 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.

Соловйова А. В., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Виходячи з багаторічних спостережень та досвіду усіх країн світу, що беруть участь у ринковій економіці, можна зробити логічний підсумок: основним сегментом конкурентоспроможності національної економіки країни є підприємництво.

Розвиток підприємництва залежить насамперед від внутрішніх та зовнішніх змін економічного середовища, котрі відбуваються в результаті взаємодії економічних суб'єктів, що мають певні властивості. Найсуттєвішими змінами,

що відбулися у економічному середовищі за останні роки є розвиток новітніх інформаційних та комунікаційних технологій, зрушення попиту і глобалізація конкуренції.

Через високу інформованість народу, перенасиченість ринку різними товарами, та зростаючий рівень освіти і культури відбувається переосмислення людських та життєвих цінностей. Що суттєво відображається на попиті на товари, скорочує їхній життєвий цикл і змушує виробників знизити обсяги виробництва ідентичних благ. Таким чином споживачі самі примушують підприємців до пошуку нових способів реалізації управління виробництвом.

Після переходу України до ринкової економіки розвиток підприємництва є фундаментом економічного і соціального піднесення, подолання соціальних проблем, бідності та створення високого рівня життя для українців. З того моменту, як Україна стала незалежною, відбувалося поступове покращення стану підприємництва в країні, та становлення його як самостійного соціально-економічного елемента. В останні роки відчуваються суттєві зміни у розвитку підприємства. У 2018 році Світовий банк провів дослідження умов для створення бізнесу у різних країнах, яке називається *Doing Business 2018*, в якому Україна посіла 76 місце серед 190 країн. Слід зазначити, що у 2017 році ми займали 80 місце. На роботу Українського підприємництва сприятливо впливають зміна законів, поступове визнання країнами світу та входження на світовий ринок, а також вирівнювання державної економіки.

Зараз вітчизняне підприємництво намагається розширити структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, створити ефективне конкуренто-спроможне економічне середовище, підтримує технологічний розвиток, відновлює та здатність народу до підприємницької діяльності, продукує нові робочі місця та займається підвищенням зайнятості, зміцненням регіональних економік.

До того ж важливими елементами сучасного Українського підприємництва є малий і середній бізнес.

Але, потрібно брати до уваги, що порівняно з розвинутими країнами рівень прогресу підприємницької діяльності є низьким та потребує відчутного покращення. Підприємницький потенціал не може бути реалізований повною мірою в Україні через несприятливе економічне та правове середовище щодо підприємницької діяльності. Причиною такого стану є як наявність проблем регуляторного характеру так і неадекватна діяльність значної кількості підприємств, яка не відповідає вимогам цивілізованої ринкової економіки.

Список використаних джерел:

1. Причепя І. В. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов / І. В. Причепя, Т. К. Мещерякова // Розвиток підприємництва в Україні : теорія, методологія та практика : колективна монографія / під ред. д.е.н. проф. Непочатенко. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017 – 244 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Шинкаренко А. В. Сучасні джерела фінансування малого бізнесу в Україні / А. В. Шинкаренко, І. В. Тімар // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 35–37.
4. Кушпін А. Г. Фінансове забезпечення розвитку стартапів в Україні / А. Г. Кушпін, І. В. Тімар // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 3. Концептуальні засади управління торговельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 54–56.

Сторожук Я. Д., Стасюк Ю. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІНДЕКС ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИКИ (LPI) ЯК ПОКАЗНИК
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ**

Ключовим питанням економіки є вимірювання ефективності діяльності як у сферу логістики, так і у інвестиційну сферу. Однією з необхідних складових глобальної торгової системи є логістична галузь, яка забезпечує її ефективність та розвиток. На сьогоднішній день логістика має широке застосування у міжнародному функціонуванні компаній всього світу і, на думку більшості економістів, є вагомим фактором конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Світовим банком спільно з університетом м. Турку (Фінляндія) у 2007 р. вперше була розглянута методика оцінки рівня розвитку логістики в різних країнах. Тепер дослідження здійснюються раз на два роки, і вже індекс LPI (Logistics Performance Index) був опублікований за підсумками 2007 р., 2010 р., 2012 р., 2014 р., 2016 р. та 2018 р.[1].

LPI – це інструмент інтерактивного еталонного тестування, який був розроблений з метою допомоги країнам визначити проблеми та перспективи, з якими вони зіштовхуються у своїй діяльності в області торгової логістики, і що вони можуть зробити для підвищення їх ефективності. Цей індекс заснований

на всесвітньому опитуванні операторів на місцях (глобальні експедитори та експрес-перевізники), що надають рецензію про «доброзичливість» логістики країн, в яких вони працюють, і з якими вони торгують. Ці опитування зв'язують фундаментальні надбання про країни, в яких діють оператори, з проінформованими якісними оцінками інших країн, в яких вони торгують і мають досвід глобального логістичного середовища.

Таким чином, LPI складається як з кількісних, так і якісних показників, допомагає створювати профілі логістики для цих країн. Він вимірює продуктивність вздовж логістичного ланцюжка поставок в країні і пропонує дві різні перспективи: міжнародні та внутрішні.

Рейтинг LPI включає такі критерії, за якими проводять дослідження: митні процедури; інфраструктура; міжнародне транспортування вантажів; логістична компетентність; відстеження вантажів; своєчасність доставки.

Таблиця 1. Глобальний рейтинг логістичної ефективності (LPI 2018) [3]

Місце	Країна	LPI	Місце	Країна	LPI
1	Німеччина	4,20	64	Іран	2,85
2	Швеція	4,05	66	Україна	2,83
3	Бельгія	4,04	71	Казахстан	2,81
4	Австрія	4,03	96	Малі	2,59
5	Японія	4,03	99	Узбекистан	2,58
6	Нідерланди	4,02	103	Білорусь	2,57
7	Сінгапур	4,00	108	Киргизія	2,55
8	Данія	3,99	116	Молдова	2,46
9	Великобританія	3,99	130	Монголія	2,37
10	Фінляндія	3,97	134	Таджикистан	2,34

LPI може детально розглянути і зрівнювати логістичну діяльність у багатьох країнах світу (160 країн), а також з'ясувати їх рейтинги за бальною шкалою від 1 (найгірша оцінка) до 5 (найкраща оцінка). Індекс ефективності логістики для кожної країни оцінюється за рахунок опитувань міжнародних, національних і регіональних логістичних операторів, транспортно-експедиторських компаній, що пропонують послуги щодо допомоги та організації перевезень вантажів залізничним, морським, автомобільним, річковим або повітряним транспортом та складських операторів. Це опитування містить дві частини. Перша частина складається з визначення міжнародного індексу LPI – респонденти визначають за 5-бальною шкалою кожен з 6 критеріїв. Вони показують можливості та силу логістичної системи щодо 8 країн, з якими взаємодіє компанія. Друга частина опитування дає змогу дізнатися про внутрішній індекс LPI – респонденти за

5-бальною шкалою розглядають логістичну систему країни, в якій вони працюють. На базі оцінки міжнародного і внутрішнього індексу ефективності логістики робиться розрахунок індексу LPI, що визначає місце країни серед інших країн світу [2].

Рейтинг замикають Афганістан, Зімбабве, Лаос, Лесото, Екваторіальна Гвінея, Мавританія, Сомалі, Гаїті і Сирія. У десятці лідерів рейтингу знаходяться переважно країни Європи. Перше місце з 2007 р. впевнено утримує Німеччина, якій також вдається з кожним роком підвищувати загальний рівень LPI [2].

Слід зазначити, що низьке процвітання інфраструктури шляхів України та міграція кваліфікованих кадрів до країн Європи веде до нерівномірності європейської інфраструктури і обтяжує автомобільний та повітряний простір. Проаналізувавши загальну логістичну ситуацію в країнах ЄС та Україні, можна вважати, що транспорт в європейських країнах більш модернізований, ніж в Україні. Україні слід приєднатись до удосконалення загальноєвропейського логістичного простору (зокрема, логістичних центрів), що складається з поліпшення показників енергоефективності транспортних засобів; оптимізацію роботи мультимодальних логістичних схем; більш результативне застосування логістичної інфраструктури завдяки покращеному управлінню перевезеннями, складуванням та інформаційними системами; оптимізацію потужності для задоволення зростаючого попиту на логістику України та регіонів ЄС.

Список використаних джерел:

1. Глобалізація процесів логістики / Г.А. Плахута // Маркетинг: теорія і практика. Зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля. – 2010. – Вип. 16. – С. 169–173.
2. The World Bank. Logistics Performance Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lpi.worldbank.org/international/global>
3. Trade Logistics in the Global Economy. 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Invest/_SharedDocs/Downloads/Extern/Studies/2018/world-banks-logistics-performance-2018.pdf?v=2

Сулима Я. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕКОНОМІКА АРИСТОТЕЛЯ ТА ЇЇ ВІДОБРАЖЕННЯ В СУЧАСНОСТІ

Аристотель по праву вважається найбільшим філософом не тільки свого часу, але і всіх часів. Його роботи стосуються етики, політики, психології, математики, логіки, мистецтва і наук, але до недавнього часу мало де можна

було зіткнутися зі згадкою Аристотеля як великого економіста. З одного боку, це пояснюється історичними причинами, в силу яких Аристотель, не розглядав деякі механізми ринкової економіки, що представляють інтерес в сучасному світі, але ще не існували за його часів. В той же час, серед ряду економістів досить довго існувала думка, що Аристотель, який ставив етичні принципи і людські цінності над головними в економіці законами обміну і споживання, є «ворогом бізнесу», а в сучасному світі саме бізнес найчастіше асоціюється з економікою.

Для Аристотеля економіка – це не тільки і не стільки наука, а й діяльність, спрямована на використання благ, і здатність до здійснення цієї діяльності, і звичка, що формує економічний тип поведінки, і, тільки тоді, наука. У Нікомаховій Етиці Аристотель визначає мету господарювання (економіки) як багатство, але важливо розуміти, що він має на увазі під цим багатством не нескінченне накопичення, а багатство, необхідне для «життя взагалі» і «хорошого життя».

Для Аристотеля значущим є існування двох сутнісно і принципово різних видів виробництва і видів розподілу благ у суспільстві. Перший вид, названий економікою, має на увазі систему, метою якої стає задоволення насущних потреб конкретних людей.

Для задоволення різних потреб людей, що займаються різними видами діяльності і виробляють різні товари (або блага) з'являється обмін і мінова торгівля. Поступово, для оптимізації цього обміну з'являється такий інструмент, як гроші. Дуже важливо підкреслити, що з позиції системи економіки, за Аристотелем, такий інструмент як гроші необхідний саме і тільки для забезпечення зручності обміну.

Другий вид виробництва і розподілу благ Аристотель називає «хрематистикою», маючи на увазі ситуацію, коли прибуток і накопичення грошей стають основною метою діяльності (як, наприклад, лихварство, спекулятивна торгівля). У більш широкому сенсі під хрематистикою розуміється вид господарської діяльності, який націлений (тобто ставить собі за мету) саме на накопичення багатства незалежно від його використання.

У сучасному світі відбулася інверсія етичної оцінки двох видів господарювання – економіки і хрематистики. Починаючи з «економічної людини» А. Сміта, саме егоїстичне прагнення до збагачення стало представлятися основою господарського життя, що приносить користь суспільству.

Безперечною заслугою Аристотеля є аналіз зародження й розвитку торгівлі. Вихідним пунктом, за Аристотелем, була мінова торгівля, тобто безпосередній

обмін продукту на продукт. Поширення мінової торгівлі поступово привело до появи грошей, і мінова торгівля перетворилася на товарну, яка є, власне, обміном за допомогою грошей. У міру нагромадження грошей товарна торгівля, у свою чергу, перетворюється на велику торгівлю, яка належить до хрематистики. Останню форму торгівлі, де гроші функціонують як капітал, Аристотель гостро засуджував, як і лихварство [1].

Економіка Аристотеля побудована на етиці і вся пронизана етикою, тому більшість інтерпретаторів Аристотеля і говорять про актуальність його ідей для сучасної економіки, що практично втратила етичний аспект.

Найбільш економічною є інтерпретація професора економіки з Коннектикуту, доктора Спенсера Пека [2]. Намагаючись відповісти на питання про майбутнє відносин Аристотеля і сучасної економіки, Пек малює дві перспективи: райдужну і похмуру. У райдужній, в яку сам він не дуже вірить, можливо, буде використання етичних принципів і побудови економіки на них. У похмурій, яка представляється Пеку куди більш імовірною, Аристотелю як філософу, що робив ставку на раціональність людини, навряд чи знайдеться місце в пост-модерністському суспільстві.

Однак, ряд економістів в Європі і Південній Америці не погоджуються з Пеком і підкреслюють актуальність економіки Аристотеля сьогодні. Рікардо Креспо, кажучи про актуальність Аристотеля в сучасному світі, акцентує увагу в основному на особистісні якості учасників економічного процесу [3]. Креспо робить висновок, що «концепція Аристотеля вчить, що ми повинні більше піклуватися про сприяння розвитку особистих якостей, ніж про будівництво досконалих систем.

Можна сміливо стверджувати, що Аристотель в певному роді був попередником сучасних економічних теорій і навіть передбачав і класичний і неокласичний підходи до економіки. У той же час не можна не погодитися з думкою, що його концепція не є базою для цих теорій, а лише побічно вплинула на їх авторів.

Підсумовуючи сказане, можна зазначити, що економіка Аристотеля має місце в сучасному світі, зокрема в Україні. Його ідеї та принципи ведення економіки допоможуть нашій країні подолати кризове становище та перейти до сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Економічні погляди Аристотеля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/47023/politekonomiya/ekonomichni_poglyadi_aristotelya

2. Pack S. J. Aristotle's Difficult Relationship with Modern Economic Theory / Spencer J. Pack. // Foundations of Science. – 2008. – №13. – С. 46.
3. Crespo R. F. On Aristotle and Economics / Ricardo F. Crespo // IAE Business School. – 2008. – С. 35.

Устименко С. Б.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Однією з особливостей ринкової економіки є її циклічний характер, інакше кажучи, економічний розвиток є нестабільним. Економіка в різний час переживає стадії розвитку, спаду, підйому, стагнації тощо. Сучасні суб'єкти підприємництва змушені працювати в умовах економічної нестабільності. Для періоду економічної нестабільності, характерним є підвищена волатильність фінансових і сировинних ринків, ускладнення доступу до кредитних ресурсів і зростання витрат, що в свою чергу негативно відбивається на ефективності та ризиках підприємницької діяльності. З точки зору впливу на економіку, можна говорити про негативний вплив на ринкові ціни та зростання інфляції. Економічна нестабільність, що виходить за рамки національної економіки та зачіпає господарську діяльність на світовому рівні, створює додаткові ризики для підприємницьких структур. Ризики, пов'язані з подорожчанням ресурсів, в тому числі енергетичних, ризики політичних змін, зниження загально ринкових цін – все це здатне чинити вкрай негативний вплив на діяльність суб'єктів підприємництва.

Такі економічні категорії, як результативність господарської діяльності, її ефективність і конкурентоспроможність в ринкових умовах господарювання тісно пов'язані між собою. Конкурентоспроможність, яка виступає індикатором конкуренції, що виникає в рамках різного роду ринкових відносин, відображає відмінності між товарами, роботами та послугами різних суб'єктів ринку і їх ступінь.

Характерним для сучасного підприємницького середовища є прорив в рамках інноваційного розвитку, як технологічних, так і інновацій в галузі управління. У подібній ситуації суб'єктам підприємництва, які здійснюють свою діяльність в сучасних умовах необхідно звернути увагу на інновації, які здатні дозволити їм своєчасно реагувати на зміни підприємницького середовища. Розвитку економічної нестабільності нерідко сприяють також і непрофесійні дії керівництва суб'єктів підприємництва [2, с. 143].

Суб'єкти підприємництва, а іноді навіть і цілі галузі економіки роками та десятиліттями працюють неефективно в різних країнах створюючи сприятливі умови для розвитку нестабільності. Керівники не завжди реалізують ефективну, грамотно розроблену стратегію розвитку та ефективно управляють ризиками, нехтуючи превентивними методами ризик-менеджменту, часто віддаючи переваги реакції «за обставинами». Таке управління є неприпустимим, особливо в умовах високого рівня зовнішніх ризиків і загроз та не дозволяє забезпечити в цих умовах конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва.

Процес забезпечення конкурентоспроможності це сукупність рішень і дій, метою яких є створення та розвиток конкурентних переваг, а також формування, підтримки та недопущення зниження рівня конкурентоспроможності [1, с. 55]. В умовах економічної нестабільності, ефективність діяльності та показники багатьох суб'єктів підприємництва погіршилися, що призвело до зниження їх конкурентоспроможності. У подібній ситуації, необхідною умовою ефективною діяльності суб'єктів підприємництва на ринку є підтримка наявних і створення нових конкурентних переваг.

Досягнення більш високих показників в будь-яких сферах діяльності у порівнянні з показниками досягнень конкурентів, які визнаються зовнішнім оточенням цих структур це і є конкурентні переваги. Слід зазначити, що для створення та розвитку конкурентних переваг в умовах ринкової економіки необхідно розвивати інноваційну складову підприємницької діяльності. Створення та розвиток конкурентних переваг є по суті, як метою конкуренції, так і її інструментом.

Таким чином можна визначити ряд напрямків і заходів, яким необхідно приділяти підвищену увагу в умовах економічної нестабільності. До таких напрямків відноситься нова структура власності, а саме вихід підприємницької структури на фондовий ринок, залучення нових інвестицій в підтримку існуючих напрямків діяльності суб'єктів підприємництва і розвиток нових. Заходи, спрямовані на фінансову стабілізацію суб'єктів підприємництва повинні надавати позитивний вплив на платоспроможність і фінансову стійкість [3, с. 81]. Такі заходи повинні бути реалізовані системно, послідовно, повинні відповідати вимогам стратегії прийняття управлінських рішень і відповідати специфіці діяльності суб'єктів підприємництва, а також масштабам економічної нестабільності. Достатність фінансових ресурсів матиме позитивний вплив на внутрішній потенціал суб'єктів підприємництва і, як наслідок, це дозволить збільшити ряд конкурентних переваг і рівень їх конкурентоспроможності в цілому.

Отже, підприємцям необхідно сфокусувати свою увагу на диверсифікації діяльності, модифікації в галузі управління людським капіталом, а також застосуванні комплексу заходів, конкретні компоненти якого, безпосередньо пов'язані з особливостями конкретних підприємницьких структур і специфікою їх діяльності.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т. З. Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / Т. З. Гвініашвілі, В. В. Іванченко // Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 9 томах (м. Дніпро, 23–24 березня 2017 р.). – Дніпро: Біла К. О., 2017. – Т. 9. – С. 54–56.
2. Гринько Т. В. Опір персоналу щодо впровадження організаційних змін на підприємстві / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Scientific journal «Economics and finance»: Economics, management, law: socio-economic aspects of development. – Edizioni Magi. – Roma, Italy: 2016. – Vol. 1. – P. 142–144.
3. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // Economical annals-XXI. – 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.

Філіппова Є. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ
ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сьогодні одним з життєво-важливих аспектів розвитку суспільства стає розуміння того, що досягнення економічного прогресу неможливо без досягнення екологічної стійкості, яка багато в чому залежить від впливу, що чиниться на навколишнє середовище підприємствами в процесі здійснення ними господарської діяльності. Тому досягнення екологічної стійкості передбачається за рахунок зміни ставлення підприємств до екологічної ситуації, до формування нової моделі, яка визначається як модель «зеленої економіки». У зв'язку з цим в останні роки державними структурами були зроблені певні ініціативи щодо управління природоохоронною діяльністю.

Проблеми екологізації господарської діяльності сучасних підприємств знаходяться в центрі уваги багатьох вчених. Печенюк А. В., Вахлакова В. В., Кіслий В. Н., Лебедевич С. І., Низькодубова К. В., Садеков А. А., Петрова І. В. та ін. у своїх наукових роботах розглядають проблеми підвищення ефективності стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств. Але

незважаючи на вагомий внесок зазначених фахівців у питання забезпечення екологізації господарської діяльності сучасних підприємств деякі аспекти, такі як формування ефективного набору інструментів стимулювання екологізації господарської діяльності підприємств потребують подальшого дослідження.

Результати аналізу статистичних даних [1] свідчать про те, що попри вжитим заходам, зниження негативного впливу на навколишнє середовище не спостерігається, навіть в умовах зниження обсягу виробництва, що в свою чергу пов'язано із загальним низьким рівнем екологізації господарської діяльності сучасних підприємств. Низький рівень екологізації підприємств в Україні говорить про наявність певних бар'єрів організаційного та економічного характеру, а також недостатньо ефективної системи інструментів стимулювання екологізації господарської діяльності.

Останніми роками в Україні ведеться активна робота в частині пошуку, впровадження та вдосконалення інструментів стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств [3, с. 149]. За останні десять років було значно розширено число законодавчих актів в галузі охорони навколишнього середовища, з'явилася можливість диференційованого застосування податкових пільг і екологічних платежів, адаптована система сертифікації підприємств відповідно до стандартів, розроблені методики та інструкції по найкращим доступним технологіям тощо.

Однак рівень екологізації економіки України як і раніше залишається низьким. Для ідентифікації причин, які обумовлюють низький рівень екологізації господарської діяльності сучасних підприємств України, розглянемо інструменти стимулювання екологізації [4].

1. Інформаційні інструменти: консультування; поширення звітів і статистичних даних; поширення методичних посібників; створення системи інтернет ресурсів; екологічні маркування та еко-дизайн; екологічність публічних закупівель.

2. Економічні інструменти: податки, внески, платежі і штрафи; диференціація екологічних податків; субсидії і податкові пільги; розширена відповідальність виробників; пільгові тарифи; пільгові позики; система екологічних фондів.

3. Нормативні інструменти: жорстке регулювання через систему законодавчих норм; м'яке регулювання через систему саморегулювання (добровільні угоди), технічних стандартів, рекомендацій і методів відкритої координації; диференціація вимог з урахуванням особливостей функціонування підприємств.

На даний час інформаційні інструменти стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств характеризуються вузькістю застосування, деякою розрізненістю, великою кількістю інформаційних систем

і як наслідок, незручністю для користувачів. Метою застосування інформаційних інструментів, крім основної, є забезпечення і обмін інформацією, тобто повинна бути організація комплексного, але в той же час адресного застосування економічних та нормативних інструментів стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств [2, с. 40]. У зв'язку з цим система екологізації господарської діяльності сучасних підприємств України потребує доопрацювання інструментів стимулювання та створення комплексного алгоритму їх взаємопов'язаного застосування.

На даний час в Україні вже сформована база для функціонування системи стимулювання екологізації, однак, кожен окремий тип інструментів і механізми їх застосування вимагають уточнення та доопрацювання. Крім того, всі типи використовуваних інструментів повинні бути взаємопов'язані, застосовуватися і працювати в рамках єдиного механізму, а не розрізнено. Економічні інструменти повинні мати прямий зв'язок з нормативними та інформаційними інструментами, які сприяють реалізації перших, а не тільки декларують їх.

Список використаних джерел:

1. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2015–2018 рр. [Електронний ресурс] / Міністерство екології та природних ресурсів України. – Режим доступу: <https://menr.gov.ua/news/31768.html>.
2. Вахлакова В. В. Інструменти управлінського супроводу екологізації діяльності промислового підприємства / В. В. Вахлакова // Економіка і регіон. – 2016. – № 1 (56). – С. 38–46.
3. Гвініашвілі Т. З. Еколого-економічний розвиток регіонів та подолання територіальної диференціації / Т. З. Гвініашвілі, М. С. Пашкевич // Часопис економічних реформ. – Луганськ: Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля, 2012. – № 1 (5). – С. 148–154.
4. Екологізація підприємств України шляхом впровадження ресурсоефективного виробництва: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва // Промислова безпека. – 2016. – № 6 (93). – С. 60–61.
5. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним розвитком / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 39–43

Шайхутдінова І. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Одним з найважливіших завдань економічної оцінки підприємства є діагностика його економічного потенціалу. Сучасні методи оцінки економічного потенціалу, у своїй більшості, направлені на дослідження внутрішніх чинників

впливу, а саме – економічних та виробничих можливостей [1]. Але у сучасних умовах ведення господарської діяльності, фінансові результати більшою мірою залежать від того, наскільки сприятливим є їх зовнішнє середовище та як вміло господарські одиниці можуть пристосуватися до змін, які панують у ньому.

Дану проблематику досліджували такі українські вчені: Богун В. Л., Іщук С., Плешка А. Р. та інші [1–3].

Основною умовою здійснення оцінки наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства є урахування екзогенного середовища суб'єктів господарювання. Тому, до основних методологічних засад, на яких базується процес оцінювання, доречно віднести такі: урахування можливості підприємства суттєво вплинути на рівень цін продукції через контроль натуральних обсягів її виготовлення та реалізації; дослідження поведінки ринків збуту продукції конкурентів підприємства; характеристика продукції на потенційних та існуючих ринках збуту; визначення параметрів попиту на кожен вид продукції, який випускає або може випускати підприємство, для кожного ринку збуту; зважати на різні параметри, які описують внутрішній економічний потенціал підприємства; урахування випадків, коли підприємство виготовляє продукцію з різним рівнем споживчих властивостей.

Тому оцінка наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства є вельми складним завданням, так як постає необхідність перетворити велику кількість вхідної інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище господарювання у кінцеві дані про очікуваний прибуток, який отримає підприємство від продажу своєї продукції на ринку збуту. Вирішення даного завдання може суттєво змінити показники, за допомогою яких здійснюється оцінювання рівня екзогенних економічних можливостей суб'єкта господарювання.

Задля побудови систему показників, слід дотримуватися наступних положень:

- по-перше, система показників повинна мати ієрархічну структуру;
- по-друге, система показників оцінки наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства в процесі формування повинна знаходитись у відповідності до використовуваної процедури такого оцінювання;
- по-третє, при оцінці рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства за допомогою системи належних індикаторів повинно прогнозувати застосування комбінованого підходу, при якому окремі параметри нижчого рівня оптимізуються, а інші – підлягають нормуванню.
- по-четверте, система показників оцінювання наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу підприємства повинна зважати на головні завдання, які

виникають перед підприємством у процесі формування асортиментної та цінової політики [2].

До основних таких завдань належать: з'ясування найперспективніших ринків збуту продукції за кожним її видом; встановлення оптимальних обсягів реалізації та цін за асортиментом продукції на кожен з обраних ринків збуту; виявити оптимальний рівень якості кожного виду продукції підприємства, яка реалізується на тому чи іншому ринку збуту.

Спираючись на викладену вище інформацію, при формуванні ієрархії показників оцінювання наявного рівня зовнішнього економічного потенціалу суб'єкта господарювання слід виокремлювати чотири щаблі показників, а саме:

– 1-й рівень – первинні часткові показники оцінювання, вони містять такі індикатори, які отримують з вхідної інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а також ті, обчислення числових значень яких потребує виокремлення показників операцій нормування та оптимізації;

– 2-й рівень – вторинні часткові показники оцінювання, для них виступають базою показники першого рівня і значення, що отримуються на основі розрахунку та побудови відповідної економіко-математичної моделі;

– 3-й рівень – комплексні показники оцінювання, вони визначають сукупну за усіма видами продукцію на підприємстві, очікувану величину прибутку та необхідні редагування у структурі активів підприємства, які необхідні для одержання цього самого прибутку, та очікуваний дохід від продажу або здавання в оренду майна на підприємстві;

– 4-й рівень – інтегральний показник оцінювання, у загальному вигляді він повинен враховувати потрібні інвестиційні витрати та можливий прибуток від продажу або здавання в оренду зайвого майна [3].

Враховуючи інформацію, що наведена вище, при оцінці зовнішнього економічного потенціалу суб'єкта господарювання є доцільним прийняття значень показників, а саме процес оцінки даного економічного потенціалу мусить базуватися на вирішенні завдань визначення найкращого натурального обсягу виготовлення кожного з видів продукції підприємства з урахування потреб у додаткових інвестиціях для здійснення виготовлення продукції для даного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Богун В. Л. Формування та оцінка виробничого потенціалу підприємства / В. Л. Богун // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 12.

2. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – № 7.
3. Плешка А. Р. Фактори, що впливають на розвиток виробничого потенціалу / А. Р. Плешка // Наук. пр. нац. ун-ту харч. технологій. – 2011. – № 37/38.
4. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.
5. Бикова В. Г. Концепція циклічності в управлінні потенціалом підприємства / В. Г. Бикова // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро: Видавець Біла К. О., 2017. – 487 с. [С. 101-111].

Шевченко А. В., к. е. н. Водолазська О. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Впродовж останніх років в Україні спостерігається розвиток сектору малого бізнесу та зростання його питомої ваги у сфері національного господарства. Як зазначає більшість економістів, саме малий та частково середній бізнес можна вважати головним резервом створення нових робочих місць і подолання безробіття [1]. Ця тема є сьогодні актуальною, адже процеси, які супроводжують становлення підприємництва в умовах нерозвиненого ринку ще недостатньо досліджені й висвітлені в економічній літературі.

У сучасних умовах ведення бізнесу складні структури великих підприємств здебільшого поступаються гнучким та динамічним представникам малого та середнього підприємництва, які миттєво реагують на зміну кон'юнктури ринку. Однак малі та середні підприємства відстають від більших за розмірами підприємств за абсолютними показниками, наприклад, вартістю активів, обсягом реалізованої продукції, чистим прибутком, тому доцільно проводити порівняльний аналіз тенденцій їх розвитку за темповими показниками з метою визначення рівня їх ділової активності.

Взагалі процес становлення секторів малого та середнього підприємництва в Україні є досить тривалим. Для даного процесу характерною є певна етапність розвитку, що відповідає економічному стану країни та існуючим проблемам на макро- та мікрорівнях.

Оцінювання фінансових результатів малих підприємств та операційної рентабельності за 2010-2017 рр., показало різнонаправлені тенденції зміни цих

показників. До позитивної тенденції слід віднести постійне зростання частки прибуткових малих підприємств, проте, з іншого боку, – рівень рентабельності операційної діяльності малих підприємств у порівнянні з середніми та великими є найнижчим, а у 2014 та 2015 роках зафіксовано збитковість операційної діяльності [3]. Що ж стосується показника ефективності всієї діяльності підприємств малого бізнесу, то тут за 2010–2017 роки спостерігаємо значний рівень збитковості.

В українських реаліях малий бізнес продовжує розглядатися органами влади лише як одне з джерел фіскального наповнення бюджету. Але такий підхід є помилковим, бо основна роль малого підприємництва в економіці держави – це вирішення проблем зайнятості населення, в тому числі за рахунок самозайнятості підприємців, створення нових робочих місць. У країнах з розвинутою ринковою економікою на малий бізнес припадає до 50% всіх зайнятих та до 70–80% нових робочих місць [2]. Це дозволяє вирішувати такі задачі: по-перше, оперативне та гнучке реагування на кон'юнктурні зміни ринку; по-друге, розвиток конкуренції через обмеження монополій та стимулювання виробництва товарів та послуг саме з тими характеристиками, яких потребує безпосередньо споживач; по-третє, прискорення темпів економічного зростання завдяки реалізації новітніх науково-технічних і комерційних ідей. Так, на сектор малого бізнесу у США припадає близько 50% науково-технічних розробок [2]; по-четверте, створення умов для формування середнього класу, що послаблює соціальну диференціацію та зменшує соціальну напругу у суспільстві, а також сприяє демократизації ринкових відносин.

Не зважаючи на позитивну динаміку розвитку малого підприємництва в Україні, даний сектор ще містить певні проблеми, що заважають його повноцінному розвитку. Однією з найважливіших проблем діяльності суб'єктів малого бізнесу є можливість залучення додаткових джерел фінансування для подальшого розвитку.

Розглянемо основні чинники, що стоять на перешкоді розвитку сектору малого бізнесу в Україні. Передусім до них відносять: надмірні податкові зобов'язання; недостатність стартових матеріально-технічних ресурсів; низький рівень продуктивності праці; недостатність досвіду та знань у підприємців-початківців; низький рівень розвитку інфраструктури, що необхідна для підтримки становлення та подальшого стабільного функціонування малого підприємництва; обмежений доступ суб'єктів малого підприємництва до інформаційних ресурсів щодо потенційних партнерів і конкурентів тощо.

Практика показує, що для більшості вітчизняних підприємств малого бізнесу основним джерелом фінансування діяльності продовжують залишатися

власні кошти [1]. Однак для повноцінного розвитку та розширення діяльності цих коштів недостатньо, через що необхідне значне за обсягами додаткове залучення коштів.

Державна політика підтримки розвитку малого підприємництва в Україні повинна розглядатися та реалізовуватися урядом як комплекс взаємоузгоджених заходів у різних сферах, а саме: правовій, адміністративній, регуляторній, макроекономічній та інституційній політиках. Якщо вирішувати дане завдання лише за рахунок часткових заходів, то це призведе до деформування структури малого і середнього підприємництва в Україні. Така спроба у довгостроковій перспективі приречена на невдачу.

Отже, мале підприємництво відіграє важливу роль в сучасній економіці, бо є невід'ємною частиною соціально-економічної системи, яка забезпечує стабільність ринкових відносин, високу конкурентоспроможність та ефективність виробництва шляхом глибокої спеціалізації та кооперації. Проте його нормальний розвиток стає можливим лише за наявності виваженої системи державно-правових заходів та засобів регулювання й підтримки, головними серед яких є такі: фінансово-кредитна підтримка; сприятлива податкова політика; створення політики структурних перетворень з метою гармонізації української економічної практики зі стандартами країн-членів ЄС; оптимізація механізму та прискорення процесів інтеграції України у світові структури.

Список використаних джерел:

1. Заїкіна О. О. Проблеми розвитку малого бізнесу на сучасному етапі трансформаційної економіки [Електронний ресурс] / О. О. Заїкіна. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>
2. Лозінська Ж. П. Зарубіжний досвід фінансово-кредитного забезпечення розвитку малого підприємництва / Ж. П. Лозінська // Економіка і управління. – 2017. – №3. – С.45–52.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Д. е. н. Шерстенников Ю. В., Тараканова Ж. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Для успішного розвитку малого бізнесу потрібна оптимальна комбінація різних способів фінансування малих підприємств: самофінансування, державних інвестицій, банківського кредитування й часток (зовнішніх) інвестицій. На

сучасному етапі принципово важливим є концептуальний аналіз основних тенденцій і закономірностей розвитку малих підприємств, що використовують кредитно-інвестиційний ресурс. При цьому важливо мати математичну модель динаміки розвитку малого підприємства, яка дозволить зв'язати ефект від інвестицій з основними параметрами підприємства, а також врахувати можливі ризики малого підприємства.

Основні принципи застосування економіко-математичного аналізу до діяльності малих підприємств закладені в роботах [1; 2]. Даний інструментарій принципи й гіпотези моделювання, використані в роботах [1; 2] призначені саме для малих, а не великих підприємств. Малі підприємства, як правило, вузькоспеціалізовані і монопродуктові; використовують одну технологію, не змінюючи її в процесі свого функціонування і т.д.

У зазначених роботах в основному досліджується аналітична структура отриманих розв'язків. Кількісний і чисельний аналіз стосовно до реальних параметрів малого підприємства практично не виконувався.

Метою даної роботи було чисельне дослідження динаміки розвитку малого підприємства, що створює фонди нагромадження. Ставилося завдання врахувати ризики, пов'язані з кон'юнктурою ринку, й визначити оптимальну стратегію погашення кредитної заборгованості.

Темп розвитку малого підприємства безпосередньо залежить від його внутрішніх ресурсів, тобто від капіталу, сформованого в результаті здійснюваної їм виробничо-господарської діяльності. Чим більшим є розмір цього капіталу, тим більше можливостей у малого підприємства для збільшення свого ресурсного потенціалу, для придбання необхідних інгредієнтів проведення. Цей капітал надалі будемо йменувати – «фонд нагромадження».

Вирішувалося наступне завдання. Підприємство одержує одноразовий кредит у момент часу $t = 0$ в розмірі K_0 , що приводить до збільшення вартості початкових основних фондів A_0 на суму кредиту K_0 . Погашення кредиту проводиться щомісяця на суму $D(t)$ (t – номер місяця). По кредиту нараховуються відсотки з фіксованою річною ставкою r . Мале підприємство працює в умовах ризику. Частка p випущеної продукції перебуває в зоні ризику, тобто може бути не реалізована.

Частина прибутку $(1 - \xi)$ йде на створення фонду нагромадження F за поточний місяць:

$$F(t) = (1 - \xi)(\Delta M(t) - D(t)). \quad (1)$$

Відсотки по кредиту виплачуються з фонду нагромадження. Фонд нагромадження потрібно обчислювати окремо для першого й другого років:

$$\Phi_1 = \sum_{t=1}^{12} F(t) = (1 - \xi) \sum_{t=1}^{12} (a_0 \Delta A(t) - D(t)), \quad (2)$$

$$\Phi_2 = \sum_{t=12}^{24} F(t) = (1 - \xi) \sum_{t=12}^{24} (a_0 \Delta A(t) - D(t)). \quad (3)$$

Якщо фонду Φ_1 досить для погашення відсотка по боргові за перший рік, то тоді сальдо за перший рік:

$$S_1 = \Phi_1 - r. \quad (4)$$

буде позитивним. Якщо сальдо S_1 негативне, то воно переходить у якості боргу на другий рік і на нього нараховуються відсотки.

У якості критерію оптимальності в роботі запропонований критерій «економічної ефективності» (E), що дорівнює сумі виробничих фондів (у вартісному вираженні) і результуючого сальдо малого підприємства. Проведений аналітичний і чисельний аналіз різних стратегій погашення кредитної заборгованості малим підприємством. Порівняння отриманих результатів показало, що найбільш ефективною стратегією погашення кредитної заборгованості є схема «кредитних канікул».

Список використаних джерел:

1. Егорова Н. Е., Хачатрян С. Р. Динамічні моделі розвитку малих підприємств, що використовують кредитно-інвестиційні ресурси. / Препринт # WP/2011/118. – М.: ЦЭМИ РАН, 2011.
2. Егорова Н. Е., Біленький В. З., Хачатрян С. Р. Моделювання динаміки розвитку малих підприємств із урахуванням інвестиційного фактору / Препринт # WP/2013/157. – М.: ЦЭМИРЛН, 2013.

Д. е. н. Шимановська-Діанич Л. М., к. е. н. Рибалко-Рак Л. А., Бойко Г. С.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (Україна)

ОСВІТНІ ПОСЛУГИ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ КАТЕГОРІЇ

Проте, поряд із категорією «освітній продукт» у наукових дослідженнях живають категорію «освітня послуга», що зумовлено багатоаспектністю підходів до визначення цих категорій та їх застосування в освітній діяльності

закладу вищої освіти, і водночас, відсутності їх тлумачення в нормативно-правовому забезпеченні галузі освіти.

У дослідженні М. Я. Матвіїва запропоновано розглядати освіту з двох позицій: освіта як послуга та освіта як предметний товар [7, с. 70].

І. С. Каленюк ототожнює освітні послуги та продукт освітньої діяльності і трактує їх як результат здійснення різноманітної (педагогічної, виховної, наукової, організаційно-управлінської) діяльності працівниками сфери освіти для задоволення освітніх потреб окремих людей та всього суспільства [4, с. 36]

Послуги – це блага, які надаються не в формі речей, а в формі діяльності, тобто надання послуг створює бажаний результат [8, с. 307]. Споживання послуги збігається з процесом її створення, з діяльністю [2, с. 7]. Науковці припускають і обґрунтовують тезу, стосовно того, що споживання та надання освітніх послуг відбувається одночасно [5]. Так, Є. Попов зазначає, що освітня послуга як специфічний товар споживається в той самий момент, що й виробляється [12].

Підходи до трактування економічної сутності категорії «освітні послуги», що набули поширення представлено в табл. 1.

Таблиця 1. Економічна сутність категорії «освітні послуги»

№ з/п	Автор трактування поняття	Сутність поняття
1.	Александров В. [1]	Організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь; особливий інтелектуальний товар, який надається стороною, що організує і здійснює процес навчання, та отримується іншою стороною, яка може бути одночасно і учнем, і контролером якості послуги, і платником за неї
2.	Кадачників С. М. [3, с. 48–49]	Економічне благо, що володіє корисністю з точки зору його споживачів і потребує витрат на своє виробництво
3.	Липкіна О. [6]	Сукупність знань, умінь, навичок і певного обсягу інформації, які використовуються для задоволення специфічної потреби людини і суспільства в інтелектуальному розвитку і набутті професійних умінь і навичок
4.	Ніколаєнко С. [9]	Не матеріальні, а соціальні блага, система знань, інформації, умінь і практичних навичок задоволення її різноманітних освітніх потреб і реалізації особистих здібностей їх споживача
5.	Оболенська Т. [10, с. 131]	Специфічний товар, який задовольняє потребу людини в набутті певних знань, навичок і вмінь для їх подальшого використання в професійній діяльності
6.	Огаренко В. [11, с. 43]	Освітній товар, що являє собою визначену діяльність, що її здійснює виробник, і в процесі якої відбувається задоволення потреби споживача в освіті

Продовження табл. 1

№ з/п	Автор трактування поняття	Сутність поняття
7.	Телетова [13, с. 118]	Комплекс навчальної і наукової інформації, що створюється під час діяльності педагогічного колективу навчального закладу і передається учню, студенту чи слухачу у вигляді суми знань загальноосвітнього та спеціального характеру, а також практичних навичок для подальшого застосування у професійній роботі з метою задоволення різноманітних потреб особистості, суспільства, держави
8.	Трубич С. [14]	Особлива нематеріальна послуга як сфера людської діяльності, що створює корисний результативний ефект, невітлений у матеріально-речову форму, його кваліфікаційні та професійні якості

Отже, підходи до розгляду категорії освітня послуга є багатограним та різновекторними, її визначають як організований процес навчання, як специфічний (освітній) товар, як економічне та соціальне благо, як особливу нематеріальну послугу, як сукупність знань, умінь, навичок та як комплекс навчальної і наукової інформації. Ці твердження є достатньо обґрунтованими.

Список використаних джерел:

1. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості / В. Александров // Освіта і управління. – 2006. – Т.9, №1. – С. 156–164.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / відп. ред. С.В. Мочерний. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 952 с.
3. Кадачников С. М. Особенности высшего образования как экономического блага и некоторые практические следствия этих особенностей / С. М. Кадачников // Университетское управление. – 2001. – № 2 (17). – С. 48–49.
4. Каленюк І. С. Економіка освіти: навч. посіб. / І. С. Каленюк. – К.: Знання України, 2003. – 316 с.
5. Кратт О. А. Кваліфікація поняття «послуги вищої освіти» у контексті маркетингової доктрини / О. А. Кратт, Г. П. Доровських // ВІСНИК ЖДТУ. – Серія: Економічні науки. – 2013. – № 3 (65). – С. 133–140.
6. Липкина Е. Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: моногр. / Е. Д. Липкина. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006. – 136 с.
7. Матвіїв М. Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: моногр. / М. Я. Матвіїв. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 560 с.
8. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития / Л. Г. Мельник. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.
9. Ніколаєнко С. Якість вищої освіти в Україні – погляд у майбутнє / С. Ніколаєнко // Вища школа. – 2006. – № 2. – С. 3–22
10. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід : моногр. / Т. Є. Оболенська. – К., 2001. – 208 с.
11. Огаренко Т. Ю. Аналіз особливостей попиту на освітні послуги з метою прогнозування / Т. Ю. Огаренко // Вища школа: наук.-практ. видання. – К., 2009. – № 10. – С. 86–98.
12. Попов Е. Н. Услуги образования и рынок / Е. Н. Попов // Экономика образования. – 2009. – №2. – С. 95–100.

13. Телетова С. Г. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів / С. Г. Телетова, О. С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3, Т. 2. – С. 117–124.
14. Трубич С. Формування та розвиток ринку освітніх послуг як передумова входження України в ЄС (деякі підходи до уточнення понятійного апарату дослідження) / С. Трубич, Т. Майкович // Вісник ТАНГ. – 2003. – № 5–1. – С. 145–150.

К. е. н. Шостак І. В.

Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України (Україна)

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЧИННИК ДЕМОКРАТИЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

У процесі становлення України як повноправного й незалежного члена європейської спільноти нашій державі доводиться долати цілу низку перешкод, які носять як політичний, так і економічний характер. Сучасні виклики українського суспільства, а саме військові дії та проблеми внутрішньо переміщених осіб активізують використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем через розвиток соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво є інноваційною бізнес-моделлю, яка дієво впливає на існуючі проблеми та дозволяє ефективно та оптимально розподіляти фінансові ресурси. Створення соціального підприємництва є певною реакцією громади на актуальну соціальну проблему, яка є пріоритетною через брак коштів у бюджеті.

Соціальне підприємництво є вектором розв'язання актуальних соціальних викликів українського суспільства, які потребують швидких та інноваційних рішень, невід'ємною складовою розвитку сучасної європейської країни та консолідації емоційного та інтелектуального людського ресурсу.

Основними акцентами в діяльності соціального підприємництва є:

- соціальний – вирішення соціальної проблеми, яка існує в суспільстві;
- інноваційний – застосування інноваційного механізму вирішення проблеми;
- ринковий – вивчення попиту та створення соціально-необхідних послуг або продуктів для покращення життя певних категорій людей [1].

Відповідно, можна виділити основні критерії соціального підприємництва, а саме: соціальна спрямованість на вирішення конкретних соціальних проблем, прибуткова діяльність та фінансова незалежність, реінвестиція доходу в інноваційну бізнес-діяльність, поширення досвіду з метою соціальної згуртованості громади, застосування інноваційної підприємницької ідеї [2]

Розвиток соціального підприємництва є певною реакцією громади на соціальну проблему, яка стає актуальною і пріоритетною на даний момент за

відсутності коштів у бюджеті. До основних умов розвитку соціального підприємництва в Україні можна віднести:

- вибір найбільш оптимальної організаційно-правової форми;
- наявність людських ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом;
- соціальну відповідальність великого бізнесу, через допомогу територіальним громадам вирішувати нагальні проблеми;
- розвиток споживчої культури українців;
- розвиток соціального інвестування міжнародними фондами та організаціями.

Головним результатом діяльності соціального підприємництва має бути створення певної соціальної цінності. Соціальна цінність – це певна користь для суспільства, яка створюється бізнесом через підприємницьку активність. Вона є головною метою функціонування соціального підприємства. Інструментом створення соціальної цінності виступає послуга, яку створює соціальне підприємство, та показує як саме цей продукт чи послуга допомагає вирішувати конкретну соціальну проблему.

Отже, соціальне підприємництво – це відносно молодий інструмент бізнесу в Україні, який через інноваційні концепти реагує на соціальні виклики, створює додаткову соціальну цінність та, водночас, генерує дохід для свого подальшого розвитку. Основною винагородою соціального підприємництва є визнання його місії та результатів роботи. Розвиток соціального підприємництва як чинника демократичного розвитку суспільства є трендом останніх років в Україні, враховуючи стрімке збільшення кількості людей, які належать до соціально вразливих категорій населення. Соціальне підприємництво є бізнесом, який направлений на вирішення чіткої соціальної цілі через реінвестування прибутку для досягнення соціальної мети. Основними перевагами соціального підприємництва перед традиційним бізнесом є висока відповідальність за результати інноваційної діяльності перед клієнтами та громадою та переважання соціальної місії над комерційною. Все це призведе до ефективних результатів реформування соціальної сфери, оптимізації процесу соціального захисту, знизить видатки бюджету та компенсації фінансових прогалин у соціальній сфері.

Список використаних джерел:

1. Добрава, Н. В. Соціальне підприємництво [Електронний ресурс] / Н. В. Добрава // Економічні інновації. – 2015. – Вип. 59. – С. 112–117. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2015_59_15
2. Полякова О. М. Концепція соціального підприємництва в українському контексті / О. М. Полякова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 56. – С. 176–182.

ЗМІСТ

<i>Kozlinskiy A. V., Kurenayaya I. G.</i> Problems and Prospects of Entrepreneurship Development in Ukraine.....	3
<i>Kuroian A., Kurinna I.</i> Development of Entrepreneurship in Ukraine and European Space.....	5
<i>Novikova D. S., Stasiuk Yu. M.</i> Problems of Small Business Development.....	7
<i>Subota V. V.</i> Ethical Problems of Modern Economics and Ways to Eliminate Their Solutions	9
<i>Алексєєнко І. Г.</i> Питання вдосконалення організації наукових парків як суб'єктів інноваційної діяльності в Україні.....	11
<i>Апальков С. С.</i> Перспективи розвитку альтернативного фінансування малого підприємництва в Україні	14
<i>Батуріна І. Є.</i> Стратегія підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємства.....	17
<i>Бескровна А. С., Курінна І. Г.</i> Інтелектуальне підприємництво як стратегія інноваційного розвитку креативної економіки.....	19
<i>Бесчастна Д. О., Гуртовий Ю. В., Цимбал А. В.</i> Статистичне дослідження фінансового результату підприємств Дніпропетровської області.....	22
<i>Бикова В. Г.</i> Наукові підходи до управління ефективністю розвитку підприємництва	24
<i>Біліченко П. М., Тімар І. В.</i> ІТ-ринок України: проблеми та перспективи розвитку	27
<i>Бойчук Є. К., Курінна І. Г.</i> Обґрунтування необхідності змін в державному ставленні до суб'єктів малого бізнесу.....	29
<i>Бруно Коррадо</i> Сучасні тенденції економіки Італії	31
<i>Ваксер Н. Ф., Куренная И. Г.</i> Малое предпринимательство в Украине и европейских странах: современные тенденции развития	34
<i>Годзь О. В., Кучеренко С. К.</i> Управління інтелектуальним капіталом на підприємстві в сучасних умовах господарювання.....	37
<i>Гуцалюк В. С., Кобченко А. А.</i> Стан інноваційної діяльності підприємств малого і середнього бізнесу в Україні	39
<i>Джур О. Є., Бабак К. О.</i> Особливості управління ЗЕД підприємства, що орієнтовано на торгівлю електронними товарами.....	42
<i>Дорогінська В. О.</i> Переваги вертикально-інтегрованого об'єднання виробничого процесу на прикладі корпорації «Інтерпайп»	44
<i>Ільченко Г. С.</i> Проблеми та перспективи розвитку українського ринку лізингу	46
<i>Карпусь М. В., Сливенко В. А.</i> Сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу в Нідерландах	49
<i>Катан В. О., Швайко В. М., Шаповалова Н. І.</i> Просторовий аспект розвитку підприємництва в Україні.....	52
<i>Гринько Т. В., Клименко А. О.</i> Маркетингова стратегія підприємства: сутність та роль у розвитку підприємства.....	54
<i>Колосов А. М., Каменюка І. Ю.</i> Актуальні питання наближення умов підприємництва в Україні до європейського простору.....	57

<i>Косенко А. О.</i> Підвищення економічної ефективності діяльності підприємств меблевого ринку України.....	60
<i>Михайленко О. Г., Гордієнко О. О.</i> Нова економічна модель та сучасні тенденції розвитку підприємництва.....	62
<i>Нековаль Д. С., Тімар І. В.</i> Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні.....	66
<i>Олійник Т. І., Романова Ю. С.</i> Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні.....	68
<i>Павелко О. В.</i> Динаміка фінансової результативності будівельних підприємств: збитковість як реалія сьогодення.....	70
<i>Плисенко Г. П.</i> Розвиток власної справи в умовах інноваційно орієнтованого суспільства.....	73
<i>Редько В. Є.</i> Розвиток авіаційних перевезень в Україні.....	74
<i>Резчиков В. Д.</i> Проблеми управління ризиками інвестиційних та інноваційних проектів ..	77
<i>Русс Д. А., Тімар І. В.</i> Проблеми та перспективи розвитку річкового транспорту в Україні в умовах євроінтеграції.....	79
<i>Сазонець І. Л., Саленко А. С.</i> Система та проблеми розвитку підприємництва в Україні.....	81
<i>Сардак С. Е., Іотова К. О.</i> Соціальне підприємництво: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні	83
<i>Сербіненко Т. І., Гринько Т. В.</i> Формування бізнес-стратегії підприємства в умовах динамічного середовища.....	85
<i>Сердюк А. В.</i> Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в Україні.....	89
<i>Соловійова А. В., Курінна І. Г.</i> Проблеми та перспективи розвитку українського підприємництва	91
<i>Сторожук Я. Д., Стасюк Ю. М.</i> Індекс ефективності логістики (LPI) як показник конкурентоспроможності країни	93
<i>Сулима Я. В.</i> Економіка Аристотеля та її відображення в сучасності.....	95
<i>Устименко С. Б.</i> Проблеми забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах.....	98
<i>Філіппова Є. В.</i> Інструменти стимулювання екологізації господарської діяльності сучасних підприємств	100
<i>Шайхутдінова І. А.</i> Вплив зовнішнього середовища підприємства на його економічний потенціал.....	102
<i>Шевченко А. В., Водолазська О. А.</i> Дослідження проблем розвитку малого бізнесу в Україні.....	105
<i>Шерстенников Ю. В., Тараканова Ж. І.</i> Економіко-математична модель динаміки розвитку підприємства	107
<i>Шимановська-Діанич Л. М., Рибалко-Рак Л. А., Бойко Г. С.</i> Освітні послуги: сучасні підходи до трактування категорії	109
<i>Шостак І. В.</i> Соціальне підприємництво як чинник демократичного розвитку суспільства.....	112

Наукове видання

Мови видання: українська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2019:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпро, 18–19 квітня 2019 р.)

У восьми томах

Том 2. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні
та європейському просторі

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За зміст, наукову новизну, достовірність та точність викладеного матеріалу
відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор Біла К. О.
Дизайн обкладинки Дем'янчук М. О.
Оригінал-макет Біла К. О., Тімар І. В.

Підписано до друку 16.04.19. Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – плоский.
Ум. др. арк. 6,7. Тираж 95 пр. Зам. № 0419-01/3.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 1

тел. +38 (067) 972-90-71 www.confcontact.com e-mail: conf@confcontact.com